



**UNIVERSIDADE DO MINHO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS**

**LICENCIATURA EM GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO**

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL**

## **Departamento de F&B**

**ANDRÊA DUARTE SILVA NEVES**

**Mindelo, Novembro 2014**

**ANDRÊA DUARTE SILVA NEVES**

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL**

## **Departamento de F&B**

Relatório de Estágio Profissional para cumprimento dos requisitos necessários a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo da Universidade do Mindelo.

**Orientador: Mestre João Henrique Rêgo**

**Mindelo, Novembro 2014**

*Dedico este trabalho a minha mãe **Júlia Duarte** e  
À minha irmã **Silvia Neves**,  
Que sempre estiveram do meu lado.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a mulher mais especial do mundo e que devo tudo o que sou hoje, a minha mãe. Obrigada pela confiança e credibilidade sempre depositada em mim.

Agradeço também a minha família pelo apoio dado durante todo o curso, especialmente a minha irmã Sílvia, que praticamente foi o pilar para que eu pudesse continuar os estudos numa altura, digamos, não muito fácil.

Agradeço a Universidade do Mindelo, aos professores, destacando o Mestre João Henrique Rêgo pela paciência, dedicação, explicação e sugestões na elaboração deste trabalho

Não poderia deixar de agradecer aos colaboradores do Resort Hotel Foya Branca pelo apoio, atenção, dedicação oferecida durante o período do estágio profissional.

Agradeço por fim, todos os meus colegas e amigos, em especial a Susana, Ivan e Leonel por esta longa caminhada realizada um ao lado do outro, iniciamos e chegamos ao fim juntos ajudando um ao outro no que fosse preciso.

Á todos, muito obrigada!

## RESUMO

Para a conclusão do curso Gestão Hoteleira e Turismo, na Universidade do Mindelo, o estudante tem duas alternativas, uma delas é o estágio profissional e a outra a monografia. Optou-se por fazer o estágio profissional durante o período de 3 meses, no Resort Hotel Foya Branca, o qual teve uma carga horária de 480h. A área escolhida foi a de *Food and Beverage* (F&B), Comida e Bebida. Supervisionada pela assistente de direcção de F&B, o estágio decorreu em perfeitas condições, o qual abarcou as seguintes áreas: bar/ restaurante, economato, cozinha, possibilitando compreender as práticas de planeamento e gestão de eventos, gestão e administração dos recursos humanos, controlo de vendas e as políticas comerciais/ marketing.

Em cada secção houve o reconhecimento físico, staff, equipamento e organização, como também da coordenação das práticas operacionais. Fazendo uso dos *softwares* do hotel, dos arquivos documentais, pasta de procedimentos de serviços, relatórios e documentos informativos inerentes ao funcionamento do departamento. Isso, com intuito de desenvolver a capacidade prática, bem como fazer o ajustamento da teoria e o que realmente se aplica na prática.

Palavras-chave: Hotel, Alimentos e Bebidas, Clientes/Hóspedes

## ABSTRACT

In order to complete the Hotel and Tourism management course the University of Mindelo, the student has two choices, assist and prepare professional training course or write a monograph. It was chosen the 3 months professional training course, in the Resort Hotel Foya Branca with a workload of 480 hours. The department chosen was Food and Beverage, supervised by the assistant manager and F&B of the hotel which took place in full compliance with basic requirement of the course. The training covered areas such as bar / restaurant, shop, office supplies, kitchen and helped identify the practices of planning and event management as well as administration and human resource management policies business/marketing.

In each area there was the recognition of the physical section, staff, equipment and organization, as well as coordination of operational. This was possible making use of the software from the hotel, documentary files, folder and service procedures, reports and briefing papers relating to the functioning of the department. That, in order to develop practical ability and make the adjustment theory and what actually applies in practice.

Keywords: Hotel, Food and Beverage, Clients/Guests

## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	IV
RESUMO .....	V
ABSTRACT .....	VI
INTRODUÇÃO.....	1
PARTE I- APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA.....	4
1.1 Breve Historial.....	4
1.2 Estrutura Organizativa.....	5
1.3 Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca .....	6
1.3.1 Atribuições e Responsabilidades da Assistente de Direcção do F&B .....	7
1.3.2 Restaurante .....	27
1.3.3 Bar .....	40
1.3.4 Cozinha.....	42
1.3.4 Economato .....	52
PARTE II – ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	64
2.1 Metodologia.....	64
2.2Caracterização Científica do Departamento do F&B .....	64
2.2.1 Evolução histórica do Turismo.....	64
2.2.2 Surgimento da hotelaria.....	69
2.2.3 Surgimento e caracterização do F&B .....	71
2.3 Tarefas Práticas Realizadas .....	92
2.3.1 Cozinha.....	92
2.3.2 Restaurante .....	93
2.3.3 Bar .....	94
2.3.4 Economato .....	94
2.3.5 Gestão de recursos humanos.....	95
2.3.6 Planeamento e gestão de eventos.....	95

2.3.7 Política comercial/Marketing .....	95
PARTE III – APRECIÇÃO CRÍTICA .....	96
3.1 Áreas de Identificação com o Curso .....	96
3.2 Análise Crítica ao Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca .....	96
3.3 Dificuldades Encontradas .....	98
3.4 Recomendações / Sugestões .....	98
3.5 Competências Adquiridas .....	99
CONCLUSÃO .....	101
BIBLIOGRAFIA .....	103
ANEXOS .....	105



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Exemplificação de um caso prático .....	9
Tabela 2 Análise da rentabilidade e popularidade.....	10
Tabela 3 Quadro das Cores dos Materiais .....	50
Tabela 4 Cadastro dos principais fornecedores do hotel .....	57

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 Logótipo do Resort Hotel Foya Branca .....	4
Ilustração 2 Organograma Funcional do Resort Hotel Foya Branca.....	5
Ilustração 3 Organograma do departamento de F&B .....	6
Ilustração 4 Organograma do Restaurante.....	27
Ilustração 5 Organograma funcional da cozinha .....	42

## **SIGLAS, ABREVIATURAS E EXPRESSÕES TÉCNICAS**

**A&B** - Alimentos e Bebidas

**ALLOTMENT** - Conjunto de quartos que são bloqueados à disposição de um operador com o estabelecimento de um prazo final para a confirmação ou não de reservas. Caso a reserva não se realiza, o bloqueio é cancelado.

**BRIGADA** - “brigada do restaurante” por exemplo, é a totalidade do pessoal empregado num restaurante para servir refeições a clientes.

**CHECK-LIST** - lista de actividades e tarefas necessárias para um bom acompanhamento e cumprimento de tarefas no prazo previsto.

**COUVERT** - Série de iguarias (azeitonas, torradas, pastas etc.) que se costuma servir antes do primeiro prato, especialmente em restaurantes;

**Depto** - Departamento

**ECOSHIP** - Economizador de energia

**EMPRTAR** - Dispor uma iguaria harmoniosa no prato.

**Ex:** - Exemplo

**F&B**– Food and Beverage é um conceito hoteleiro que representa o departamento que gere todos os circuitos que envolvam a comercialização ou preparação de Géneros Alimentares, sólidos ou líquidos, desde a sua compra, armazenamento passando depois para a preparação/confecção até à sua comercialização.

**FAM TRIP** - grupo qualificado de clientes potenciais cujo objectivo é conhecer um destino e as facilidades de um hotel sem o compromisso de comprar a viagem ou de reservar um quarto.

**FIFO** - First in First out

**GUÉRIDON** - Termo francês para mesa pequena. Em hotelaria, também utilizamos o nome para designar o carro de apoio ao serviço.

**HACCP** – Hazard Analysis and Critical Control Point (Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controlo)

**LAND VIEW** - Vista para a terra

**LIFO** - Last in First out

**MISE-EN-PLACE** - Palavra francesa, que significa colocação. Em hotelaria, salvo melhor interpretação podemos dizer pôr em ordem, dispor as coisas para um determinado fim.

**OMT** - Organização Mundial do Turismo

**PART-TIME** - Trabalho temporário

**ROOM SERVICE** - Serviço de alimentos e bebidas, prestado nos quartos aos hóspedes de um hotel, a seu pedido expresso.

**SEA VIEW** - Vista para o mar

**NASA** -Administração Nacional da Aeronáutica e do Espaço

## INTRODUÇÃO

Actualmente o turismo tem sido cada vez mais uma actividade reconhecida em todo mundo pela sua importância estratégica como fonte do desenvolvimento económico e geração de empregos.

Numa era globalizada, prestadores de serviços, especialmente as organizações hoteleiras convivem em um ambiente de alta competitividade.

A indústria hoteleira, do sector de serviços, tem-se mostrado um importante segmento da economia em termos de movimentação de recursos, geração de empregos e principalmente atracção de capital.

Castelli (2003) considera essa como uma indústria de serviços com características próprias e que tem por finalidade oferecer hospedagem, alimentação e segurança aos clientes.

O curso de Gestão Hoteleira e Turismo pela sua abrangência e cariz prático impõe um forte complemento operacional, capaz de dotar os futuros profissionais de competências e valências que só são possíveis de adquirir num contexto laboral, complementando assim o macro teórico.

Optou-se pelo estágio profissional com a duração de 3 meses no departamento de F&B (Food and Beverage/Alimentos e Bebidas) no Resort Hotel Foya Branca, com a carga horária de 480h, sob a supervisão da Assistente de Direcção do F&B. A área escolhida para realização do estágio profissional foi a que se ocupa das operações de alimentos e bebidas, bem como da coordenação dos sectores inerentes a essa operação. O departamento de F&B abarca 3 sectores, sendo eles, o economato, a cozinha e o Bar\restaurante.

Situado a 10 km de distância do Mindelo e a 1 Km do aeroporto de São Pedro, mais concretamente na praia de Santo André, o Resort Hotel Foya Branca é um complexo turístico de 30.000 m<sup>2</sup>, perfeitamente integrado no ambiente que o rodeia.

Dispõe de 74 unidades de alojamento, sendo 12 júnior suites, 4 triplos, 52 duplos, todos equipados com ar condicionado, e 6 villas com 2, 3 e 4 quartos com kitchenette.

Dos 52 duplos, sete são com *Land view* e os outros 45 com *Sea view*. Os alojamentos de *Land view* dispõem de sete camas de casal, os *Sea view* tem nove camas de casal e trinta e seis *twins*, desses cinquenta e dois quartos, três são adaptados aos deficientes. Todas as unidades estão equipadas com cofres, telefones, mini bares, T.V., sistema de alarmes nas casas de banho, detectores de fumo, secadores de cabelo, casas de banho com duche, água quente e fria. Todos os quartos têm ar condicionado com excepção das vilas que possuem ventiladores. Relativamente aos quartos com ar condicionado as portas são abertas através de um cartão que depois de aberta é introduzida no *eco-ship* e todos os equipamentos ligam automaticamente.

Os hóspedes têm ainda a oportunidade de desfrutar de 3 piscinas de água doce, sendo 1 para crianças, com espreguiçadeiras e zonas de sombra, bem como a possibilidade de praticar ténis, de jogar petanca, fazer exercícios físicos no ginásio do complexo. Têm à sua disposição ainda uma escola de mergulho e um parque infantil. Ideal para uma estada balnear de verdadeiro repouso.

O Resort Hotel Foya Branca favorece igualmente um contacto que permite descobrir uma natureza e uma população autênticas. Possui um restaurante, dois bares e um snack-bar, duas cozinhas modernamente equipadas, de boa qualidade, baseada essencialmente em produtos locais. Este assegura o transporte de e para a cidade de Mindelo. Aluga viaturas ou bicicletas à partida do hotel e organiza excursões em S. Vicente.

Também dispõe de WiFi grátis para os seus clientes.

Para além de alojamento, o hotel oferece um serviço de rodízio todos os sábados ao jantar com música ao vivo, e aos domingos proporcionam self-service ao almoço, com piscina incluída.

Este relatório abrange três partes, a primeira parte busca na sua essência apresentar a entidade acolhedora fazendo referência ao seu historial, a sua estrutura organizacional, funções/atribuições gerais, apresentação das funções/atribuições das áreas de estágio nomeadamente as áreas de Cozinha, Compras, Economato, Restaurante/Snack-Bar, mencionando as responsabilidades da Assistente de Direcção do F/B entre elas, o Planeamento e gestão de eventos, Gestão e administração dos recursos materiais e humanos e política Comercial/Marketing.

A segunda parte foca principalmente nas actividades desenvolvidas e nos resultados obtidos, apresentando a metodologia utilizada, a caracterização científica do departamento de F&B e as tarefas práticas desenvolvidas no mesmo.

A terceira parte ostenta a apreciação crítica do estágio desenvolvido, expondo as áreas de identificação com o curso, a apreciação crítica do departamento de F&B, as dificuldades encontradas e as recomendações/sugestões.

## **Objectivos**

### **Objectivo geral:**

- ❖ Capacitar o formando para uma melhor integração e adaptação a qualquer ambiente similar, permitindo-lhe relacionar os conteúdos teóricos ministrados ao longo do curso em função da realidade profissional.

### **Objectivos específicos:**

- ❖ Reconhecer a complexidade e funcionalidade do departamento bem como as partes que o compõem;
- ❖ Identificar a estrutura orgânica do departamento tendo em atenção a função e a importância do *staff* de cada secção a nível da qualidade do produto final;
- ❖ Planear diferentes tipos de serviços em função das solicitações da procura;
- ❖ Observar e ser capaz de gerir os recursos humanos e materiais em função das necessidades impostas pelo serviço numa óptica constante da qualidade e redução de custos;
- ❖ Empregar os conhecimentos teóricos nas diferentes áreas do departamento durante a realização do estágio.

## PARTE I- APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA



Ilustração 1 Logótipo do Resort Hotel Foya Branca

### 1.1 Breve Historial

Inicialmente pertencia a um cidadão belga. Em 1999 é que foi vendido à uma sociedade, que até hoje se mantêm os donos. Essa sociedade é composta por portugueses e cabo-verdianos actualmente.

Até o ano 2006 o hotel tinha apenas seis villas, vinte juniores suites só depois é que construíram os cinquenta e dois quartos novos.

Possui actualmente um capital social de 750.000 contos, sendo uma sociedade por quotas, com cerca de 30 sócios. O sócio maioritário detém 23% das acções e dos restantes a maioria tem cerca de 2 á 3% de acções. Este empreendimento conta com sessenta e dois (62) trabalhadores no seu total.

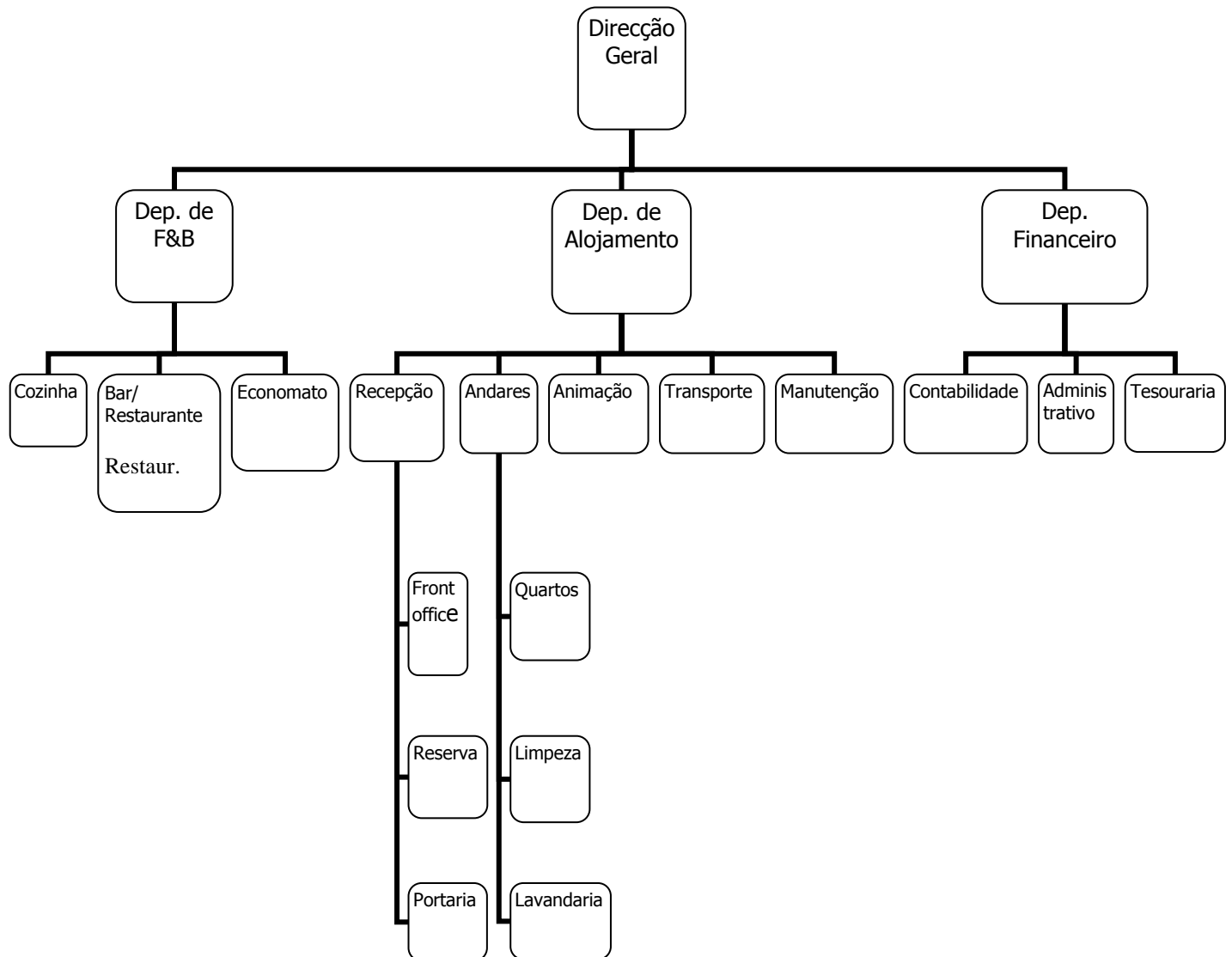
### Visão

Proporcionar aos clientes um serviço, eficiente, rápido e com elevada qualidade, de modo a destacar face a concorrência e alcançar a liderança do mercado.

### Missão

Disponibilizar serviços de alojamento e restauração, de modo a atender às necessidades e expectativas dos clientes/hóspedes, parceiros e empresas, tendo em conta sempre a qualidade e o preço.

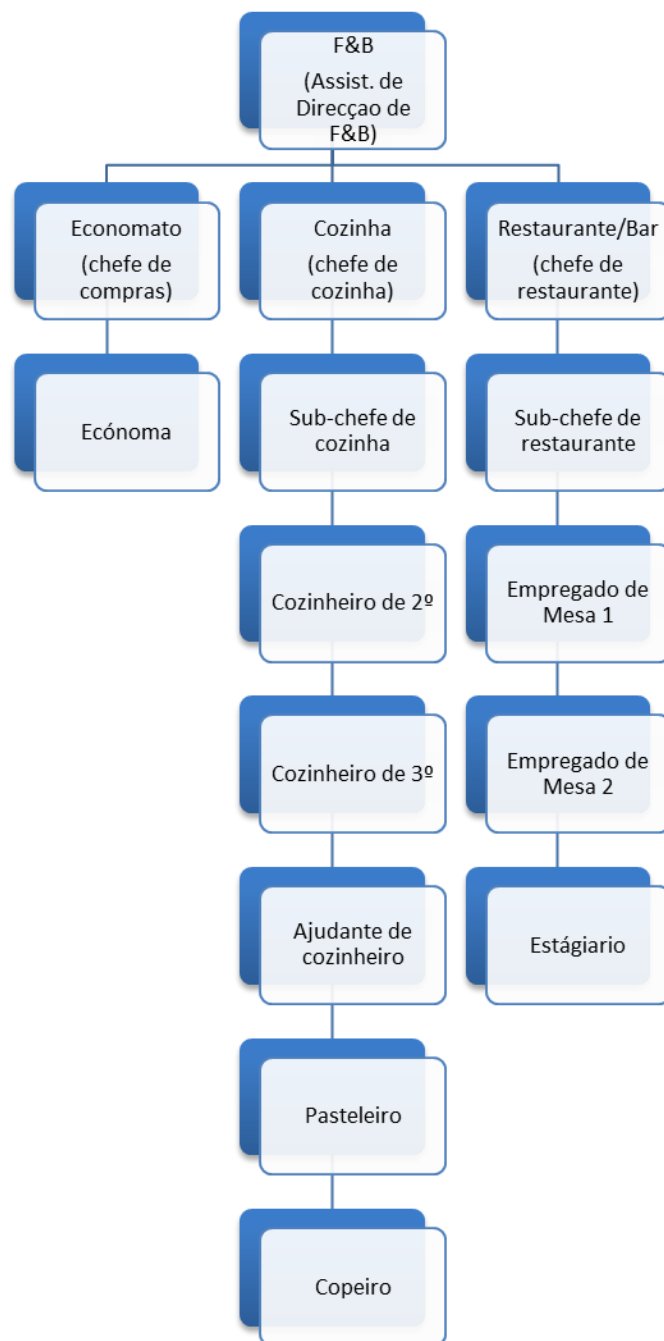
## 1.2 Estrutura Organizativa



**Ilustração 2 Organograma Funcional do Resort Hotel Foya Branca**  
**Fonte: Elaboração Própria**



### 1.3 Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca



**Ilustração 3** Organograma do departamento de F&B  
**Fonte:** Elaboração própria

### 1.3.1 Atribuições e Responsabilidades da Assistente de Direcção do F&B

- ✓ Supervisionar todas as áreas cozinha, restaurante e economato, pela qual é responsável;
- ✓ Examinar o estado de conservação, funcionamento e limpeza dos móveis, equipamentos e utensílios das mesmas;
- ✓ Organizar e dirigir os trabalhos atinentes ao seu departamento;
- ✓ Efectuar controlos necessários;
- ✓ Atender as reclamações e sugerir medidas de melhoria;
- ✓ Elaborar as ementas;
- ✓ Fazer a análise da rentabilidade e popularidade dos pratos da ementa;
- ✓ Actualizar as fichas técnicas de 6 em 6 meses ou conforme as necessidades;
- ✓ Fazer a comparação de custos e receitas mensalmente;
- ✓ Elaborar o horário de trabalho e escalas de serviço;
- ✓ Elaborar propostas dos menus dos serviços especiais;
- ✓ Cuidar das condições dos uniformes e da higiene nos locais que oferecem alimentos e bebidas;
- ✓ Cuidar do asseio pessoal e pela boa apresentação de todos os funcionários,
- ✓ Supervisionar e participar dos inventários de materiais em *stock*;
- ✓ Ter capacidade de liderança;
- ✓ Coordenar e programar o mapa de férias;
- ✓ Assessorar no recrutamento, na selecção e no treinamento de pessoal afecto ao departamento;

- ✓ Atender eventualmente os fornecedores que desejam apresentar novos produtos;
- ✓ Supervisionar o processo de elaboração dos alimentos e bebidas nos diversos pontos de produção analisando a sua qualidade e quantidade;
- ✓ Desenvolver e aplicar estratégias de contenção de custos, aumentar a rentabilidade;
- ✓ Elaborar propostas de menus de serviços especiais.

### **Controlo das despesas de Buffet e Rodizio**

De entre os diferentes controlos efectuados pela Assistente de F&B, destaca-se o controlo das despesas de *buffet* e Rodizio. É feito através dos cálculos dos produtos que foram utilizados, as quantidades utilizadas de cada produto, e as bebidas consumidas nesses serviços, este tipo de controlo é aplicado com o objectivo de apurar os custos, as receitas e o rácio inerentes a esses serviços. Na análise das despesas, receitas e rácios há que separar as comidas e as bebidas.

Para o apuramento dos custos da comida é necessário que a chefe de cozinha dê a assistente de direcção de *F&B* a lista dos produtos e as respectivas quantidades, que foram utilizados nesses serviços. A obtenção da quantidade de bebidas consumidas nesses serviços é dada pelo relatório de vendas. Com base nesse relatório de vendas do dia em que se realizou esses serviços, e da lista fornecida pela cozinha faz-se a análise das despesas, receitas e rácios, tanto para as bebidas bem como para as comidas, isso através de uma ficha (em anexo 1).

### **Cálculo da receita total**

$$RT = \text{Preço de Venda} \times \text{Quantidades Vendidas.}$$

### **Cálculo do rácio dos produtos**

$$\text{Rácios} = \text{Custo Total} / \text{Receita Total} \times 100$$

O cálculo do rácio dos produtos só se faz, depois de ter calculado as receitas e o custo total das comidas e bebidas.

	Receita	(-) Custo	(=) Resultados
<b>Bebidas (total)</b>	<b>98.570,00</b>	<b>32.530,00</b>	<b>66.040,00</b>
<b>Comidas (total)</b>	<b>400.120,00</b>	<b>80.436,83</b>	<b>319.683,17</b>
<b>Total</b>	<b>498.690,00</b>	<b>112.966,83</b>	<b>385723.17</b>
<b>Rácio:</b>	<b>22.7%</b>		

**Tabela 1** Exemplificação de um caso prático

Fonte: Elaboração própria

Quanto menor for o rácio, maior será o lucro obtido pelo hotel. Esses cálculos permitem verificar se há prejuízos ou ganhos nesses serviços. Após o apuramento desses resultados, este é entregue ao director para sua análise. Depois desse processo são arquivados no economato.

Este processo de controlo é realizado todas as Segundas ou Terças-feiras de cada semana.

É muito importante que pessoas ligadas a este sector tenham atenção ao padrão de qualidade, tendo em conta os perigos e pontos críticos de controlo ou seja fazer uso das regras do HACCP.

### **Análise do Índice de Rentabilidade e Popularidade**

Conforme MOSER (2002, p. 136) “A engenharia da ementa, também designada por *menu engineering*, é um eficiente instrumento de gestão de vendas, na medida em que permite avaliar a conjugação entre a popularidade e a rentabilidade dos produtos que compõem a oferta de F&B num determinado ponto de venda.”

Esta análise assume especial importância na avaliação do desempenho dos vários pratos que constituem a carta do restaurante, permitindo saber quais aqueles que realmente interessam vender e aqueles que devem ser substituídos isso num período de 6 meses.

<b>Ementa</b>	<b>Qde Venda (%)</b>	<b>Ind. Popularidade</b>	<b>P. Unit. Venda</b>	<b>P. Unit. Custo</b>	<b>Marg. Unit. Contrib.</b>	<b>Total Vendas</b>	<b>Total Custos</b>	<b>T. Marg. Contrib.</b>	<b>Ind. Rentab.</b>	<b>Classe</b>
<b>A</b>										
<b>B</b>										
<b>C</b>										
<b>D</b>										
<b>E</b>										
<b>F</b>										

**Tabela 2 Análise da rentabilidade e popularidade**

**Fonte: Elaboração própria**

Para a análise de popularidade e da rentabilidade dos pratos há que ter em conta os seguintes itens:

- Ementa (Prato) - Indica a designação dos itens de vendas.
- Quantidades vendidas - Indica a quantidade de doses vendidas e o respectivo peso percentual no período em análise conforme os registos em P.O.S.
- Índice de popularidade (IP) - este índice é dado pela seguinte forma:

$$\text{Índice de popularidade} = (1/n^{\circ} \text{ de itens}) \times 70\% \times 100$$

Desta forma, todos os itens cujas vendas representam valores percentuais de vendas. Acima do índice da popularidade diz-se que tem alta (A) popularidade, quando sucede o inverso diz-se que tem baixa (B) popularidade.

- Preço unitário de venda - preço de venda de cada dose sem IVA
- Preço unitário de custo - valor do custo de cada dose, obtida através da respectiva ficha técnica de produção actualizada.

- Margem de contribuição (MC) - preço unitário de vendas líquido menos preço unitário de custo (representa a margem de lucro de cada dose).
- Total de vendas - quantidades de doses vendidas multiplicado pelo preço unitário de venda.
- Total de custo – quantidade de doses vendidas multiplicado pelo preço unitário de custo.
- Total de margem de contribuição – é a diferença entre o total de vendas e o total de custo. A percentagem calcula-se através da divisão de cada parcela pelo total de colunas de margem de contribuição.
- Índice de rentabilidade (IR) - este índice é dado pela seguinte fórmula:

$\text{Índice rentabilidade} = \text{Total da margem de contribuição} / \text{Quantidade vendida}$
--

- Classes - são dadas pelo cruzamento da popularidade e rentabilidade, podendo ser classificadas em star, plowhorse, puzzle e dog.
- Pratos **Star (AA)** têm alta rentabilidade e alta popularidade. Há que manter constante a qualidade, a quantidade, a apresentação e o preço de cada prato, de forma a garantir a manutenção da procura. É necessário investir na produção, para manter um bom índice de rentabilidade.
- Pratos **Puzzle (AB)** têm alta rentabilidade e baixa popularidade. É necessário aumentar a sua promoção, quer dando-lhe destaque na carta, quer através do esforço do empregado de mesa para vendê-lo. Deve-se baixar o preço de venda.
- Pratos **Plowhorse (BA)** têm baixa rentabilidade e alta popularidade. Estes pratos devem ser mantidos no cardápio, embora haja que diminuir os seus custos e aumentar ponderadamente o preço de venda, com intuito de tornar esses pratos mais rentáveis.

- Pratos **Dog (BB)** têm baixa rentabilidade e baixa popularidade. Estes pratos devem ser excluídos do cardápio, mas há que ter atenção se falta ou há ruptura de algum produto no mercado que faz parte da composição do prato durante algum tempo e por isso obteve essa classificação, assim deverá ser mantido até a sua procura aumentar.

**Decisões que as empresas deverão tomar perante cada classe:**

- **Star** - Por se tratar de pratos que estão em boa posição, para os manter, a empresa terá que investir na publicidade.
- **Plowhorse** - Esses são muito procurados, atraindo clientela para o estabelecimento, apresentando contudo fracos níveis de rentabilidade, entretanto os clientes podem não consumir esses pratos mas sim preferirem outro e que pode apresentar uma maior margem para a empresa. Portanto para esses pratos não se deve mexer para não perder a eficácia.
- **Puzzle** - A empresa deve procurar aumentar sua rentabilidade, uma vez que são pratos que vendem muito, mas têm pouco retorno. Entretanto a empresa deve tentar aumentar sua rentabilidade e transforma-los em produtos *Star*.
- **Dog** - Para esses produtos, a empresa deve procurar os substituir, entretanto antes disso deve averiguar se o motivo do não sucesso desses pratos, está na falta de produto.

Das responsabilidades da Assistente de F&B do Resort HotelFoya Branca destaca-se o Planeamento e Gestão de Eventos, Gestão e Administração de Recursos Humanos e Materiais e a Política Comercial/Marketing. Embora quem ocupa da área comercial do hotel é o Director Geral, a Assistente de Direcção de F&B faz a divulgação de novos produtos no sentido de aumentar o lucro.

## Planeamento e Gestão de Eventos

### *Fases do Evento*

Para que o evento alcance o sucesso desejado é preciso seguir algumas etapas:

**1ª Fase** - Solicitação para realização do evento - o cliente entra em contacto com o hotel e manifesta a intenção de realizar determinado evento nas instalações do estabelecimento.

**2ª Fase** - Elaboração e apresentação de propostas - depois de conhecer o que pretende o respectivo cliente, deve-se ainda tomar algumas informações importantes tais como: o número de pessoas que estarão presentes no evento, o dia, a hora, conhecer o cariz do evento (familiar, social, profissional, político, religioso e outros), e tomar conhecimento se há algum pedido em especial. A assistente de Direcção de F&B apresenta a proposta ao cliente já com o respectivo orçamento. A proposta do menu geralmente é composta por entradas, prato de peixe, prato de carne, acompanhamento, sobremesa. Compete ao cliente decidir se quer um orçamento com bebidas já incluídas, ou se prefere que as bebidas sejam facturadas ao consumo.

**3ª Fase** - Negociação - após a aceitação da proposta, passa-se as condições de pagamentos. Deve ser feito um pré pagamento de 50% três dias antes do evento, e o restante depois, em caso de não comparência das pessoas previstas para o evento, não é responsabilidade do hotel, portanto terão que pagar na totalidade o valor acordado inicialmente.

**4ª Fase** - Planeamento do evento - é nessa fase que se faz a distribuição da brigada e a coordenação interdepartamental.

**5ª Fase** - Realização - é quando passa-se a execução ou seja a montagem, coordenação e controlo do serviço.

**6ª Fase** - Avaliação – é verificar se o evento ocorreu em conformidade com o esperado, tanto para o cliente como para o hotel, ver se o mesmo foi de encontro com as suas expectativas, caso haja reclamações, deve-se apresentar desculpas e apurar o porquê da não conformidade, para certificar que erro desse tipo não aconteça em outras circunstâncias.



## Planeamento do evento

É o ponto de partida, criação de estratégias ou táticas para alcançar o objectivo do evento.

Consiste em delinear o que será feito e como será feito, com intuito de minimizar o máximo possível o risco de ocorrer imprevistos.

*Briefing*: diagnóstico das necessidades, objectivos e perspectivas, aliadas as estratégias, escolha do local e data, conhecer o carácter do evento (familiar, social, profissional, político, religioso e outros), e tomar conhecimento se há algum pedido em especial. A assistente de direcção de F&B apresenta a proposta ao cliente já com o respectivo orçamento.

A proposta do menu geralmente é composta por entradas, prato de peixe, prato de carne, acompanhamento, sobremesa.

Compete ao cliente decidir se quer um orçamento com bebidas já incluídas ou se prefere que as bebidas sejam facturadas ao consumo de acordo com o perfil e objectivos do evento.

Assim ao fazer o planeamento, há que levar em conta a disponibilidade dos produtos, dos recursos humanos e materiais, distribuição da brigada, pois deverá saber o número de funcionários que será necessário para suportar o evento, caso for necessário deve-se adquirir pessoal que trabalha em *part-time*, o evento não deverá abalar o funcionamento normal das actividades do Hotel. Por isso não se pode desfalcar a brigada. Assim para melhor coordenação, a brigada é escolhida pelo responsável máximo desse departamento e pelos chefes dos sectores abrangente. Há que definir os sistemas de trabalho a ser adoptado durante o desenvolvimento do evento.

Para que o serviço seja impecável é necessário que haja uma coordenação interdepartamental ou seja tem a ver com a comunicação entre os departamentos, mais propriamente comunicá-los a realização do evento.

### Método *check-list*

Depois de fazer o planeamento do evento e de identificar todos os colaboradores e prestadores de serviço que estarão envolvidos na realização, é necessário fazer um *check-list*, ou seja, uma lista de actividades e tarefas, com seus respectivos responsáveis e prazos de entrega. O *check-list* permite maior eficiência no acompanhamento e cumprimento das tarefas no prazo previsto.

Um modelo de *check-list* deve possuir vários itens que são comuns para todos os eventos, e também, tarefas específicas para o acontecimento em questão, devem ser incluídos na lista a estratégia de divulgação e promoção, a elaboração do programa técnico, científico e social, a sonorização, iluminação, transporte e segurança, e ser supervisionados de maneira adequada.

Para captar recursos, o organizador do evento deve demonstrar ao potencial promotor as vantagens que o evento trará para o mesmo, divulgando e firmando sua imagem junto ao público-alvo.

### **Realização**

É a execução do evento, para isso é necessário montar o serviço e coordená-lo.

Os sectores envolvidos devem estar previamente informados, para que possam fazer *amise-en-place*. A lavandaria fornece as rouparias necessárias se for o caso, a cozinha e o bar/restaurante devem requisitar os produtos necessários para a realização do evento. Esta fase consiste em colocar em prática o que se tinha delineado, ou seja, a cozinha encarrega da preparação dos alimentos, o bar ou restaurante trata das bebidas e do espaço, esperando apenas pelos clientes para começar o serviço. O serviço tem de ser o mais perfeito possível para ir de encontro com as expectativas/ solicitação dos clientes.

## **Avaliação**

Esta fase consiste em analisar se os resultados perspectivados foram ou não alcançados, se a empresa conseguiu ir de encontro as expectativas dos clientes.

É importante:

- ❖ Realizar reuniões de avaliação – é verificar se o evento ocorreu em conformidade com o esperado tanto para o cliente como para o hotel, ver se o cliente está satisfeito e se o evento foi de encontro com as suas expectativas, caso haja reclamação de alguma não conformidade, deve-se apresentar as sinceras desculpas e apurar o porquê da não conformidade, para certificar que erro desse tipo não aconteça em outras ocasiões;
- ❖ Aplicar questionários;
- ❖ Elaborar relatórios.

## **Gestão e Administração de Recursos Humanos e Materiais**

A gestão de recursos humanos tem vindo a percorrer um caminho nem sempre fácil dentro das organizações. Pois ainda se encontram empresas em fase de evolução e nem sempre invistam nesta área. Quem se encarrega dos assuntos relacionados é a assistente do departamento de F&B. A assistente de F&B do Resort Hotel Foya Branca deve ser polivalente, pois, actua em diversas facetas: como o líder da equipa, a representante da empresa junto ao cliente, a relações públicas, o agente comercial, o representante da empresa prestadora de serviços junto aos órgãos públicos e, ainda, a responsável técnica conforme legislação específica sanitária

Assim é responsável pelo recrutamento do pessoal, da avaliação de desempenho, do fornecimento de dados para o processamento da folha de salários e do mapa de férias, relativamente as áreas inerentes a esse departamento.

### **Recrutamento de pessoal**

No que se refere ao recrutamento de pessoal, a assistente de direcção de *F&B* ao verificar a necessidade de recrutamento, comunica essa necessidade á sua hierarquia e este estuda a referida necessidade se estiver de acordo dá a autorização de recrutamento. O hotel dá

prioridade ao recrutamento interno, mas se não houver nenhum funcionário dentro da empresa que se enquadra ao perfil para o cargo, então passa-se ao recrutamento externo.

A escolha das candidaturas é feita com base nas cartas de candidatura e do Curriculum Vitae, é nesta etapa que selecciona os candidatos que melhor se enquadra no perfil do cargo. A etapa seguinte é a entrevista que permite informar o candidato sobre as características do cargo e da empresa, bem como permite a empresa captar o máximo de informações (informações biográficas, profissionais e psicológicas sobre o candidato). Após a entrevista passa-se a próxima etapa que é a decisão, ou seja, é determinar o candidato que melhor se enquadra no perfil que o hotel esteja a procura.

Aos funcionários desse departamento é-lhes exigido o cartão de sanidade, que deve ser renovado de 3 em 3 meses.

Na fase final, quando já for escolhido o candidato que ao ver do hotel melhor se adequa a vaga existente, este é encaminhado a secção do pessoal, onde será acolhido e colocado à sua disposição o manual de acolhimento do hotel, que consta de todas as regras, normas, procedimentos e demais a serem cumpridas para o bom funcionamento do mesmo.

Logo nas primeiras semanas, na companhia do seu chefe directo executa as tarefas que lhe compete, para uma correcta integração, até ele estar apto para trabalhar sozinho.

É de realçar que os funcionários de cada departamento são avaliados pelo seu chefe directo, através de uma ficha de avaliação realçando a assiduidade, pontualidade, empenho, criatividade e comportamento.

### **Horário de trabalho**

Os horários de trabalho são ajustados conforme as férias do pessoal, ponderando a previsão da ocupação. O período normal de trabalho não pode ser superior a oito horas por dia e quarenta e quatro horas por semana. Há quatro períodos diferentes de forma a cobrir todas as necessidades do serviço.

- ✓ Horário 001- 7h00 às 15h00- O pessoal neste horário ocupa do serviço de pequenos-almoços, *mise-en-place* para o almoço e o serviço de mesas.
- ✓ Horário 002- 12h00 às 15h00 e das 19h00 às 24h00 – ocupa-se do serviço de almoço e jantar.
- ✓ Horário 003- 16h00 às 24h00- cobre o período de tarde e o serviço de jantar.
- ✓ Horário 004- 10h00 às 18h00- serviço de bebidas do bar e de apoio a piscina.

As férias são concedidas mediante o tipo de contrato que o trabalhador tem com a empresa. Após um ano de vigência do contrato de trabalho os funcionários têm o direito de usufruir de férias. A assistente de direcção de *F&B*, ocupa da elaboração do mapa de férias, em concertação com os funcionários que manifestam suas preferências em termos de datas. Caso a preferência do funcionário coincidir com a conveniência e disponibilidade do hotel, este poderá obter suas férias na data desejada, caso contrário cabe ao assistente de direcção e *F&B* decidir a melhor data para férias. O hotel não atribui férias aos funcionários para os meses de Julho e Agosto, por se tratar de época alta.

Também é função da assistente de direcção de *A&B* processar o mapa de horas extras, onde consta as horas extraordinárias de cada funcionário nos respectivos dias, contabilizando o total de horas extras do mês, entregando o mapa a contabilidade pois cabe a este fazer o processamento do salário.

### **Política comercial/Marketing**

No Resort Hotel Foya Branca, é o próprio Director Geral quem ocupa da área comercial. Dispõem de um manual comercial estruturado da melhor forma possível, distinguindo todas as operações relacionadas a área comercial.

É da responsabilidade da assistente de *F&B* a divulgação de novos produtos no sentido de aumentar o lucro, por isso, há necessidade de planear, dirigir e coordenar as actividades relacionadas com a comercialização e a venda dos produtos e/ou serviços da unidade hoteleira.

O conhecimento das modernas técnicas de marketing e sua aplicação no ramo torna-se indispensável na condução do negócio hoteleiro.

Apesar de não ser propriamente uma das áreas do F&B, as políticas comerciais tem um peso relevante em todos os departamentos e o F&B não foge a regra.

### **Políticas comerciais/ Distribuição**

A política de distribuição preocupa-se com a escolha e gestão dos canais de distribuição.

Os canais de distribuição são os meios dos quais os produtos ou serviços fluem das organizações onde são produzidos até ao ponto onde são adquiridos para utilização ou consumo final.

Com o objectivo de promover a venda do Resort Hotel Foya Branca basta percorrer, em termos de marketing os canais adequados, o resultado verificar-se-á proveitoso a curto / médio prazo.

Assim, será importante privilegiar a sua divulgação junto de: - Agentes de viagem / Operadores turísticos; - Imprensa; - Empresas; - Embaixadas / Câmaras de comércio- Companhias de aviação; Mailings; Feiras / Workshops; Fam trip; acordos vários utilizando os seguintes meios:

- Tarifas segmentadas
- Packages;
- Contractos de *allotment* com operadores turísticos / agentes de viagem;
- Contractos com empresas;
- Acordos de permuta;
- Publicidade pontual, devidamente estudada;
- Internet.

## **Contratação**

Como estratégia comercial o Resort Hotel Foya Branca deverá ser representado pelo maior número de operadores turísticos possíveis, de preferência, com poucos quartos em contractos de *allotment*, de forma a ser devidamente promovido e poder ter um preço médio/ano mais elevado.

Nos contractos o estabelecimento procura estimular a venda da meia pensão (alojamento, pequeno almoço e jantar), assim estes têm a oportunidade de desfrutar do restaurante e o bar do hotel.

## **Preços**

O hotel dispõe de diversas cartas:

- Carta de bar;
- Carta de vinhos;
- Carta do restaurante;
- Carta de *snacks*;
- Carta de *room service*;
- Carta do mini bar;

Os preços são estudados de acordo com a qualidade das instalações, serviços prestados e mercado em geral (em comparação com outras unidades hoteleiras da região consideradas concorrentes).

Em relação aos preços das comidas e bebidas são elaborados de forma a estarem em linha com a concorrência, consideradas concorrentes.

Dado tratar-se de um Hotel Resort é aconselhável fazer uma segmentação das tarifas de alojamento, o mais alargado possível, para facilitar a sua comercialização e melhor rentabilizar os serviços.

O pacote é uma oferta que atrai clientes uma vez que os preços são mais atraentes e os clientes vêem isso como uma oportunidade de desfrutar de alguns serviços a um preço mais acessível.

Aquando da elaboração de *packages* deverá ser sempre incluída no mínimo uma refeição no hotel.

Seguidamente são indicados alguns *packages* que poderão ser elaborados como forma de promover os períodos baixos e atrair clientela segmentada:

- Dia de São Valentim;
- Carnaval;
- Páscoa;
- Pausa de fim-de-semana;
- Lua-de-mel;
- Programa de Natal e de Fim de Ano.

### **Marketing Directo**

Para que o hotel possa desenvolver um eficiente programa de *direct marketing*, este faz uma base de dados onde evidencia seus potenciais clientes.

Instrumentos:

- ✓ Correio directo;
- ✓ Cartas;
- ✓ Panfletos;



- ✓ Brochuras;
- ✓ Cassetes, disquetes e CD-ROM.
- ✓ Telemarketing;
- ✓ Telefone;
- ✓ Fax;
- ✓ Correio electrónico.

**Alguns meios do marketing directo, pelos quais o resort hotel mais faz uso.**

***Brochuras***

As brochuras e os panfletos publicitários são instrumentos promocionais mais usados pelo hotel. Constituem, por excelência, os primeiros meios de aproximação ao cliente. Pelo facto de mostrarem visualmente equipamentos, instalações e serviços oferecidos, ambos conseguem, desde que bem elaborados, mobilizar e despertar o interesse/desejo do consumidor em favor do hotel, actuando assim como um eficaz agente de vendas.

A concepção, dentro do orçamento disponível e objectivos a atingir, deverá respeitar as seguintes regras básicas:

- Ser o reflexo real daquilo que o hotel tem para oferecer;
- Ponderar a psicologia do homem moderno que dispõe de pouco tempo para ler. Deverá ser essencialmente um conjunto criativo de textos, cores e imagens harmonizado de forma a tornar clara a mensagem que se quer transmitir;
- Levar em atenção as exigências do consumidor em relação a cores, papel, idioma e formato.

### ***Flyers***

O *flyer* normalmente consiste numa folha que tem por finalidade apresentar de uma forma clara, sucinta e apelativa o produto que se pretende comercializar. A sua simplicidade e o seu custo reduzido facilitam a produção em quantidade e a sua distribuição massiva.

### ***Packages***

Os *packages* são feitos a partir de um conjunto de produtos e serviços com um único preço global no sentido de fomentar as vendas em momentos especiais, satisfazendo ao mesmo tempo as necessidades latentes dos clientes.

Na generalidade os *packages* são compostos por produtos e serviços do próprio hotel. O objectivo primordial é conjugar um conjunto de produtos / serviços que no seu todo permita ao cliente final usufruir de todo esse composto a um preço relativamente mais acessível do que caso optasse pela aquisição separada.

Isto é, trata-se concretamente de compor um conjunto de produtos num só produto de forma a satisfazer as necessidades do cliente e conseguir os objectivos do hotel.

Relativamente ao F&B, o hotel criou o pacote de fim-de-semana de modo a captar os clientes do mercado interno de maneira a que o sector de alimentos e bebidas tenha mais afluência, participando ainda do pequeno-almoço self-service, do serviço de rodízio e *buffet*.

### **Mailing**

#### ***Mailing geral***

*Mailing geral* é o envio de correio directo dirigido a todos os clientes que compõem a base de dados do hotel. Todos os clientes são seleccionados como público – alvo a atingir, não existe qualquer tipo de discriminação.

Exemplos: Divulgação de *packages* de Fim de Ano/Carnaval/Páscoa/outros, (*mailing* geral a TO/AV/Empresas/Clubes, Associações, Ordens, Câmaras de Comércio/ Embaixadas/e TACV no estrangeiro, Companhias de aviação, clientes habituais).

### ***Mailing* direccionado**

Dada a dimensão dos ficheiros de clientes, nem todos podem ser seleccionados, não só pelo facto de os custos serem insuportáveis como também pelo facto de nem todos os clientes serem potenciais utilizadores do produto/serviço. O objectivo final é estabelecer a comunicação com o cliente que tem fortes probabilidades de comprar o que se oferece.

Os *mailings* podem ser feitos através de carta, fax ou *e-mail*, tendo sempre como principal objectivo a divulgação e venda dos serviços do Resort Hotel Foya Branca.

Estabelecer um tema específico ou um produto a promover por cada *mailing*, para melhor atrair a atenção dos clientes do objectivo que se pretende:

- Início de época;
- Eventos pontuais, (festa de fim de ano, fins de semana compridos, outros);

É o meio mais utilizado, para promoção do F&B, pois é mais económico e mais focado no público-alvo, sendo enviado para os clientes que se encontram na base de dados do hotel.

### **Vendas**

O objectivo deve ser claro para todos envolvidos no funcionamento do hotel, já que o mesmo é o resultado do que se espera conseguir. Especificamente na área de F&B pode-se apontar alguns objectivos:

- Aumentar o movimento através de eventos gastronómicos;
- Sempre ter novidades, na elaboração dos pratos;

- Usar produtos da época;
- Promover festas em geral.

### **Promoção interna de vendas**

Esta surge como ferramenta base para a maximização das vendas. Os hóspedes sendo potenciais clientes na unidade hoteleira, o objectivo é fazê-los consumirem o maior número de vezes possíveis, seja no bar, restaurante ou mini-bar durante a sua estadia.

Os empregados também fazem parte da promoção interna principalmente aquele que está em contacto directo com os clientes. Conforme for o desempenho dos empregados como “vendedor”, assim poderá ser promovido também, o que estimula e muito as vendas na unidade hoteleira e consequentemente, um cliente encantado.

Na óptica do Resort hotel as secções de bar e restaurante podem e devem ser locais privilegiados de ponto de encontro dos clientes, contribuindo assim para:

- ✓ Fazer com que os clientes sintam como se estivessem em casa;
- ✓ Ajudar, através de clientes satisfeitos, na divulgação do hotel;
- ✓ Criar uma maior receita para a empresa.

Há que fazer os hóspedes/clientes se aperceberem da diferenciação da unidade hoteleira, para que passam a frequentar mais vezes o local, assim o hotel procura oferecer:

- ✓ Serviços animados, em termos de atendimento;
- ✓ Assistência personalizada;
- ✓ Instalações limpas e arrumadas de acordo com a decoração original;
- ✓ Noites temáticas, com menus, decorações e animação adequadas aos temas;
- ✓ Animação ao vivo em casos pontuais;
- ✓ Informações dos serviços que existem à sua disposição, através de placares, carta de boas vindas assinadas pelo director, com oferta de uma bebida no restaurante, sempre

que utilizarem estes serviços, durante a sua estadia no hotel (mencionar sempre o nome do restaurante e horários de funcionamento);

- ✓ Comunicação directa com os clientes.

### **Promoção externa de vendas**

A promoção externa de vendas do departamento de F&B deverá ser focalizada em duas vertentes diferenciadas, clientes individuais e grupos, cada uma das quais com características próprias na respectiva promoção.

A venda á grupos é mais vantajosa economicamente do ponto de vista da exploração hoteleira, permitindo a obtenção de elevadas receitas.

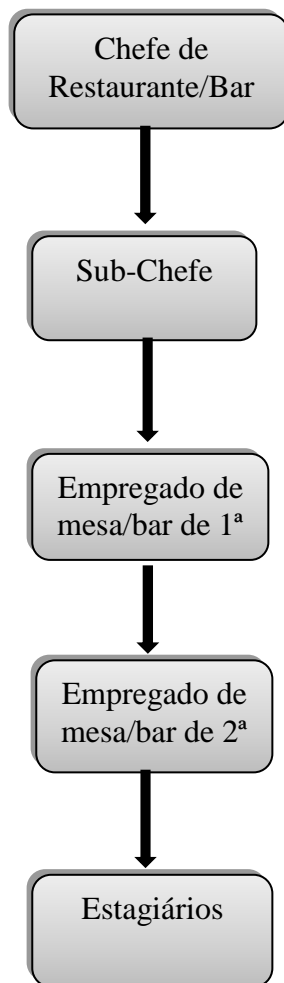
#### ***Algumas das promoções do hotel:***

- ✓ Cartão cliente (desconto de 10%);
- ✓ *Mailings*;
- ✓ *Packages*;
- ✓ *Buffet*;
- ✓ Rodízio;
- ✓ Descontos as empresas (á definir);
- ✓ Eventos (desconto á definir).

### 1.3.2 Restaurante

#### Ilustração 4 Organograma do Restaurante

Fonte: Elaboração própria



#### Funções e responsabilidades

##### Chefe de restaurante/bar:

- Organizar e orientar os serviços no restaurante;
- Distribuir os serviços de acordo com o número de categoria do pessoal;
- Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- Fazer inventários periódicos dos materiais da secção, velando pela sua conservação e higiene;

- Receber os clientes acompanhando-os às mesas, ajudando-os a sentar-se;
- Tomar nota dos seus pedidos e se a casa estiver cheia manter disciplina na secção.

### **Subchefe de restaurante/bar**

- Substituir o chefe de restaurante/bar na ausência do mesmo;
- Dirigir os trabalhos da mise-en-place;
- Ajudar o chefe de mesa na recepção dos clientes anotar pedidos.

### **Empregado de mesa/bar de 1ª**

- Tomar a posição de chefe de turno, que significa ter um grupo de mesas desde os serviços de bebidas até a sobremesa;
- Colaborar na preparação da sala e arranjos das mesas;
- Servir refeições e bebidas;
- Pedir e emitir conta do consumo dos clientes;
- Colaborar na arrumação da sala após as refeições;
- Substituir o subchefe na ausência deste.

### **Empregado de mesa/bar de 2ª**

- ✓ Fazer serviços de bebidas, Couvert e levantar pratos sujos dos clientes;
- ✓ Executar a colaboração na preparação da sala e arranjos de mesa.

### **Estagiários**

- ✓ Colaborar com os trabalhos executados pelos empregados de mesa/bar de 2ª

## **Localização**

A localização do restaurante do Resort Hotel Foya Branca não foge a regra, pois:

- ✓ Facilita ao máximo a comunicação com a cozinha, o que permite uma maior rapidez na execução dos serviços, é muito importante para a qualidade dos mesmos, isto é, estar no mesmo nível e próximo da cozinha;
- ✓ Evita que os odores da cozinha penetrem no restaurante;
- ✓ Proporciona temperatura, iluminação e ventilação agradáveis;
- ✓ Evita degraus entre a cozinha e o restaurante;

## **Mobiliário e Utensílios do Restaurante e Bar do Hotel**

O mobiliário do restaurante do hotel:

- ✓ Está em harmonia com o tipo e a categoria do estabelecimento;
- ✓ Facilita o serviço por parte da brigada do restaurante;
- ✓ Oferece conforto para os comensais;
- ✓ É de fácil limpeza;
- ✓ Padronizado, para facilitar reposição do mobiliário;
- ✓ Resistente, para o uso diário;

É de salientar que o hotel possui um mobiliário do tipo tradicional e se encontra em sintonia com a decoração do restaurante.

## **Decoração**



O restaurante do Resort Hotel Foya Branca tem uma decoração ao mesmo tempo sóbria e quente que mistura objectos de inspiração africana com um mobiliário romântico com capacidade para 140 pessoas sentadas com um bar de apoio, uma esplanada com casa de banho para homens e mulheres e ainda uma para os deficientes. Nesse restaurante são realizados eventos diversos como casamentos, ceias, jantares especiais.

### **Mise-en-Place do restaurante**

1. No que se refere ao restaurante, é necessário efectuar vários trabalhos preliminares, antes de se abrir o estabelecimento ao público. Entre eles destacam-se:
2. Ventilar a sala;
3. Limpar a sala: tapetes, lustres, janelas, móveis, utensílios, etc;
4. Verificar se o sistema de iluminação e de som funciona perfeitamente;
5. Verificar o estado de funcionamento e a limpeza dos sanitários;
6. Ajeitar os arranjos de flores e cuidar das folhagens que fazem parte da decoração;
7. Polir o material: louças, talheres, cristais e outros utensílios colocados no aparador devem passar por um processo perfeito de higienização.

O trabalho de *mise-en-place* organizado deve ser considerado, entre outros trabalhos diários do profissional de hotelaria, dos mais úteis para o bom desempenho do serviço. As tarefas que o compõem são diversificadas e a eficiência nesta área dá ao empregado que as executa, a garantia de tranquilidade.

#### Tarefas para o pequeno-almoço (restaurante):

- ✓ Verificar o fundo de caixa na recepção;
- ✓ Requisitar a lista de hóspedes na recepção;

- ✓ Verificar se a sala está preparada para o serviço de pequeno-almoço;
- ✓ Colocar o buffet de pequeno-almoço;
- ✓ Limpar as mesas e cadeiras;
- ✓ Certificar se está tudo operacional para receber os hóspedes;
- ✓ Abrir o restaurante às 07:30, e de seguida fazer a recepção dos clientes;
- ✓ Acomodar os copos e pratos sujos, e limpar as mesas, a medida que os hóspedes vão terminando de tomar o pequeno-almoço;
- ✓ Estar sempre atento, aos clientes e auxiliar no que precisarem;
- ✓ Estar atento a mesa de *buffet* para evitar ruptura desnecessária;
- ✓ Desmontar a mesa de pequeno-almoço após o término do *buffet*.
- ✓ Dividir os funcionários, um fica no restaurante fazendo a *mise-en-place* para o jantar (limpa-se os pratos, copos, e talheres, repondo-os nos seus devidos lugares), e o outro vai arrumar o snack-bar onde é servido o almoço.

Tarefas para o almoço (Snack-Bar):

- ✓ Solicitar a lista de hóspedes em casa;
- ✓ Arrumar e limpar as mesas e cadeiras do snack;
- ✓ Preparar Couvert;
- ✓ Fazer requisições dos produtos necessários;
- ✓ Limpar e arrumar o frigorífico;
- ✓ Acomodar as requisições;
- ✓ Limpar o bar;

- ✓ Preparar as mesas para o almoço, limpa-se a porta - guardanapos repondo os guardanapos nas mesas, distribui-se os números e coloca-se os naperões nas mesas depois de estas serem limpas e arrumadas;
- ✓ Verificar se existe serviços pendentes, como informações do turno anterior;
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível, de forma a informar o cliente;
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta ate o pagamento da conta;
- ✓ Estar sempre atenta ao cliente;
- ✓ Fazer a passagem de turno;
- ✓ Lavar e arrumar todos os itens utilizados no serviço de almoço;
- ✓ Arrumaras prateleiras;
- ✓ Efectuar o fecho da conta do dia;
- ✓ Desembaraçar do lixo;
- ✓ Fechar o Snack e entregar a chave na recepção.

*Tarefas para o jantar (Restaurante):*

- ✓ Limpar e arrumar as mesas de jantar;
- ✓ Desembaraçar do lixo;
- ✓ Limpar e arrumar todos os materiais;
- ✓ Efectuar requisições;
- ✓ Acomodar os produtos requisitados;

- ✓ Limpar mesas, cadeiras e esplanada;
- ✓ Preparar Couvert;
- ✓ Obter informações acerca da previsão dos hóspedes fornecidas pela recepção;
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível, para que possam informar aos clientes;
- ✓ Verificar se a sala está limpa e arrumada;
- ✓ Abrir às 19:30;
- ✓ Fazer recepção dos clientes;
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta ate o pagamento da conta;
- ✓ Estar sempre atento, aos clientes para poder ajudar no que precisarem
- ✓ Preparar a sala para o pequeno-almoço, após o serviço de jantar;
- ✓ Fechar a caixa e entregar na recepção.

A brigada do restaurante é constituída por 8 (oito) funcionários, sendo um chefe, dois Subchefes (isso devido a extensão do restaurante na Baía das Gatas), quatro empregados de mesa e um estagiário. Os funcionários trabalham por turnos, divididos conforme for o horário de cada um. O horário dos funcionários do Bar /restaurante é elaborado todos os meses pela assistente da direcção de F&B de acordo com os horários de trabalhos já referidos.

O horário de funcionamento do bar/restaurante:

- 7h30 às 9h45 pequeno-almoço (restaurante)
- 12h30 às 14h45 almoço e a partir das 14:45 até 18:45 serviço de refeições ligeiras (snack-bar).
- 19h30 às 23h00 jantar (restaurante).

## **Gestão e Controlo da Caixa**

A primeira tarefa a ser desempenhada pelo responsável do caixa, é conferir o fundo de caixa. O hotel dispõe de um programa informático, onde se adere ao sistema, e efectuem todos os lançamentos do dia. No momento do pagamento, o responsável da caixa questiona o cliente se deseja fazer o pagamento cash ou se prefere que seja debitada em sua conta, caso for hóspede do referido hotel, depois de obter a resposta do cliente, deve-se encerrar sua conta e emitir a factura. Nesse caso deve-se solicitar o número do quarto do cliente e pedir que este assine a factura.

Quanto a troca de turnos dos responsáveis pela caixa, estes devem proceder da seguinte forma, o responsável do caixa que está a sair deve conferir suas contas (total dos recibos deve ser igual ao dinheiro em caixa mais o fundo de caixa), só então entregar a caixa a outra colega que o segue. No caso de ainda haver clientes com contas em aberto, o responsável do caixa deve entregar as contas ao substituto e passar todas as informações.

No término do trabalho, faz o fechamento do movimento do dia, e estes (cheques, moedas estrangeiras, moedas nacionais, os talões de cartão de credito) e facturas são todos entregues na recepção mediante assinatura do funcionário para a confirmação de todas as contas e facturas.

## **Cardápio**

O menu no restaurante e no snack-bar são diferentes, só permanece igual o menu do dia. É de salientar que o hotel adopta um sistema de rotatividade do prato do dia, sendo que é pré-estabelecido quinze pratos do dia que vão sendo alternadas consoantes as disponibilidades do economato /mercado quanto à obtenção dos ingredientes necessários para a confecção dos mesmos. Assim, ao início do dia começa-se a preparar a sopa do dia e os pratos do dia de modo que quando for realizado o pedido apenas se dê os últimos retoques (assar no forno, ou simplesmente empratar). O Hotel tem quinze pratos do dia porque fez uma previsão de que os hóspedes não permanecem no estabelecimento mais dos quinze dias, portanto há pouca

probabilidade de ter um prato do dia repetido durante os quinze dias de estadia. Portanto, conforme é os menus do dia, assim é a *mise-en-place* da cozinha. Na carta ainda o cliente poderá escolher as bebidas como aperitivos, cervejas, águas, refrigerantes, digestivos e bebidas quentes. Em separado vem a carta de vinhos.

### **Algumas das modalidades de serviços do Resort Hotel Foya Branca**

Entende-se por modalidade a forma de execução dos serviços, ou seja a forma como o cliente tem acesso aos alimentos.

#### **Servico á lá carte**

Este é o tipo de serviço usado para o almoço e jantar, onde é o cliente quem escolhe o seu prato através do cardápio do hotel.

#### *Constituição da carta de menu*

A carta de menu do Hotel é constituído por:

- ✓ Prato do dia;
- ✓ Entradas quentes e frias;
- ✓ Pratos de carne;
- ✓ Pratos de peixe;
- ✓ Mariscos;
- ✓ Massas;
- ✓ Fondue;
- ✓ Sobremesas.

O *Fondue*, prato que também faz parte da carta do restaurante, trata-se de um serviço que é a especialidade da casa. Uma das principais características desse prato é o facto de ser preparado pelos próprios clientes dentro de um recipiente que contém cerca de 1.5 L de água a ferver, onde adicionam dois caldos de carne. A carne e o peixe são levados crus e confeccionados dentro desse preparado. No fim da refeição, o cliente pode aproveitar o caldo resultante do preparado, com uma pequena dose de Martini tinto, uma boa opção para apreciar um bom digestivo. Ainda esse serviço vem acompanhado de molhos e guarnições. No equipamento tem disponíveis dois espetos para cada cliente com cores diferentes.

Descrição do menu “Fondue”:

Componentes:

- Porco
- Frango
- Vaca
- Peixe-Serra

Três componentes á escolha do cliente.

Guarnições:

- Ananás
- Pêssego
- Couve Bruxelas
- Espargos
- Batatas fritas

Molhos:

- Maionese natural
- Cocktail
- Alho
- Queijo
- Mostarda
- Caril
- Tártaro

Destes molhos, o cliente poderá escolher quatro variedades.

### **Rodízio**

Rodízio é um estilo de serviço de restaurantes brasileiros e Portugueses. Paga-se um preço, por pessoa, os empregados de mesa trazem uma oferta de comida para cada cliente em diversas ocasiões ao longo da refeição, em churrascarias, os servidores vêm para a mesa com facas e um espeto, sobre a qual são postas vários tipos de carne.

A caipirinha também faz parte do serviço, funciona como aperitivo, pois é imediatamente oferecida ao cliente logo que este se sente a mesa.

O hotel adoptou este serviço, em apresentar ao cliente uma variedade de carnes e enchidos (6):

- Picanha,
- Filé *mignon*,
- Lombo de vaca,
- Lombo de Porco,
- Linguiça toscana
- Frango

Com acompanhamentos variados como: feijão preto, batata frita, arroz, farofa e ananás grelhado.



É um serviço realizado á frente do cliente e é servido até que este se sinta satisfeito. É feito aos Sábados à noite a partir das 20h, e é acompanhado de música cabo-verdiana ao vivo.

### **Buffet ou self-service**

Para o pequeno-almoço o cliente/hóspede dispõe desse serviço, com os seguintes componentes:

- Variedades de pães, bolo, ovos estrelados e mexidos, salsicha, bacon, iogurte, frutas diversas, bebidas quentes, queijo, fatias douradas, panquecas, mel, fiambre, manteiga, doces, sumos diversos.

O serviço “buffet” é um serviço onde são os clientes que vão se servir de acordo com menu do dia, realiza-se aos domingos das 12h30 às 15horas, com piscina incluído.

Os alimentos que são colocados no *buffet* são divididos em:

- ✓ Aperitivos sólidos (Rissóis, croquetes, Pizas)
- ✓ Entradas Frias/ Quentes (saladas, sopas);
- ✓ Dois pratos de Peixe (no forno, grelhado ou confeccionado);
- ✓ Dois pratos de Carne (no forno ou grelhados);
- ✓ Um prato de Massa;
- ✓ Guarnições;
- ✓ Sobremesas (1 doce, 1 gelado e frutas diversas)

As bebidas são servidas pelo empregado de mesae facturados ao consumo. A assistente de F&B vai alternando o menu a cada fim-de-semana para não haver repetições.

### **Vantagem do Buffet/Self-service para o hotel:**

O restaurante é uma empresa, como outra qualquer, e como tal necessita do lucro para sobreviver.

Neste sentido, o *self-service* procura atender a um número maior de clientes em menos tempo e por preços mais acessíveis. Isso se torna possível por que:

- O pessoal necessário para a execução dos serviços é reduzido, podendo assumir funções diversas, já que é o cliente mesmo quem executa a tarefa de se servir;
- O cardápio oferecido é mais limitado, conseqüentemente, reduzem-se os custos com o stock dos produtos que, por vezes permanecem por muito tempo, correndo o risco de se deteriorarem, mas que são necessários para atender aos pedidos *a lá carte*.
- Os equipamentos, utensílios e materiais necessários são reduzidos ao estritamente necessário.

### **Vantagem do Self-service para o cliente**

O cliente, através do self-service, encontra:

- Preços atraentes;
- Rapidez no atendimento, já que é ele mesmo quem imprime o ritmo;
- Alimentos variados que podem ser vistos e escolhidos na hora.

Os clientes com reserva no regime de Meia Pensão (*Half Board*), têm direito á uma entrada fria ou quente, um prato peixe ou carne, uma sobremesa, café e água. Existem pratos que se forem solicitadas por esses clientes, terão de pagar extras. São os seguintes pratos: camarão salteado, salada de papaia com camarão, salada de lagosta, espetada de camarão, arroz de marisco.

### 1.3.3 Bar

Funções do empregado de mesa/barman: Prepara e serve bebidas simples e compostas, alcoólicas e não alcoólicas; procede à confecção de misturas em doses determinadas de bebidas de acordo com os pedidos de clientes; colabora na organização e funcionamento de eventos; Cuida do asseio e higiene dos utensílios de preparação de bebidas.

No Resort Hotel Foya Branca existe três bares. O snack-bar, utilizado para servir o almoço, refeições rápidas e bebidas. Outro dentro do restaurante e o por último um situado numa das piscinas do hotel.

No snack-bar serve-se: Pratos do dia; Entradas quentes e frias; Grelhados de Peixe e Carnes; Sandwich variados; massas; Saladas; Guarnições variadas e acompanhamentos, com música ambiente.

#### **Na carta de bebidas pode-se encontrar:**

- Bebidas alcoólicas:
  - ✓ Fermentadas: Cervejas e Vinhos;
  - ✓ Destiladas: Aguardentes de cana; Run; Whisky; Conhaque; Tequila; Vodca; Gin.
  - ✓ Outros: Martini; Licores; Ponche; etc.
- Bebidas não alcoólicas:
  - ✓ Com gás: águas; refrigerantes.
  - ✓ Sem gás: Águas; Sumos;
  - ✓ Quentes: chá; cafés.
- Vinhos:
  - ✓ Tinto;
  - ✓ Branco;
  - ✓ Verde;
  - ✓ Rosé;
  - ✓ Espumante;
  - ✓ Champanhe.

### *Procedimentos de serviço*

#### **Acolher o cliente**

Os clientes são recebidos com toda a cortesia, acomodados nos assentos disponíveis e de agrado dos mesmos.

#### **Anotar o pedido**

Apresentar a carta do bar. Após ouvir com atenção o pedido do cliente, anotar a solicitação na comanda.

#### **Servir**

Antes de servir o pedido, conferem para ver se o mesmo está de acordo com a comanda e se os copos ou taças estão em perfeito estado. Transportam as bebidas sobre a bandeja.

#### **Comandas e notas fiscais**

Todos os pedidos são ser registados em comandas. Após o consumo, a nota fiscal é apresentada ao cliente que pode pagá-la ou assiná-la. Caso for assinada, será encaminhada á recepção para ser debitada na conta do cliente.

No fecho da conta, questionar os clientes se desejam notas separadas, deste modo não há necessidade de anular notas fiscais, e o serviço fluirá mais rapidamente.

#### **Saída**

Manter a cortesia durante toda a permanência do cliente, inclusive no momento da sua partida.

#### **Controlo de bebidas no bar e restaurante**

É feito diariamente, através da contagem física de todas as bebidas existentes no bar e restaurante onde preenche-se uma ficha (em anexo 2), para verificar se está tudo de acordo. Todos os dias a ecónoma imprime um relatório de vendas do dia anterior do bar e do restaurante, este relatório permitirá saber as quantidades vendidas. A soma das quantidades

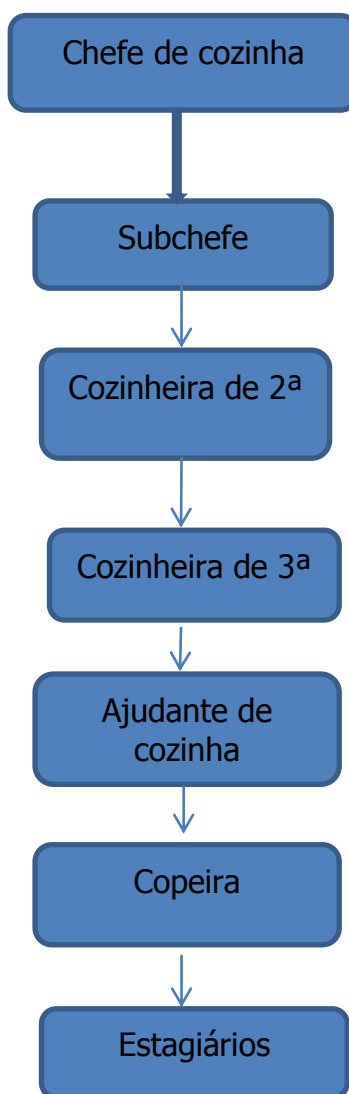
vendas no dia anterior de cada bebida (unidade) e a existência do dia actual deve ser igual a existência inicial (stock fixo).

### 1.3.4 Cozinha

O Resort Hotel Foya Branca possui duas cozinhas industriais tendo em conta a sua estrutura, os equipamentos industriais em termos quantitativos e qualitativos e dos funcionários que ali trabalham. A brigada da cozinha do referido hotel é formada por um chefe de cozinha, uma subchefe, três cozinheiras, quatro ajudantes, dois copeiros e um pasteleiro.

**Ilustração 5** Organograma funcional da cozinha

Fonte: Elaboração própria



## **Atribuições e responsabilidades**

### **Chefe de cozinha**

- ✓ Organizar, dirigir e supervisionar o trabalho da brigada da cozinha;
- ✓ Distribuir os serviços de acordo com o número e categorias do pessoal;
- ✓ Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- ✓ Supervisionar se a *mise-en-place* está conforme o movimento;
- ✓ Organizar inventários periódicos dos equipamentos e materiais da secção, zelando pela sua conservação e higiene;
- ✓ Controlar ou mandar controlar os pedidos na ordem de chegada;
- ✓ Ser responsável pela confecção dos pratos;
- ✓ Ajudar na elaboração dos cardápios;
- ✓ Cuidar da higiene e segurança;
- ✓ Elaborar as fichas técnicas;
- ✓ Manter a disciplina na secção.

### **Cozinheira de 1ª Categoria ou subchefe**

- ✓ Substituir a chefe de cozinha na sua ausência;
- ✓ Dirigir os trabalhos da *mise-en-place*;
- ✓ Ajudar a chefe na confecção dos pratos.

### **Cozinheira de 2ª Categoria**

- ✓ Substituir a cozinheira de 1ª na ausência;

- ✓ Colaborar na preparação da *mise-en-place*;
- ✓ Ajudar na confecção dos pratos.

### **Cozinheiros de 3ª Categoria**

- ✓ Substituir a cozinheira de 2ª na ausência;
- ✓ Colaborar na preparação da *mise-en-place*;
- ✓ Estar apto a confecção dos pratos.

### **Ajudantes de Cozinha**

- ✓ Colaborar na *mise-en-place*;
- ✓ Fazer entradas;
- ✓ Empratar;
- ✓ Fazer sobremesas;
- ✓ Colaborar ainda na arrumação da Cozinha.

### **Copeiras**

- ✓ Ser responsável pela arrumação das áreas de preparação dos alimentos;
- ✓ Lavar pratos, talheres e outros;

### **Estagiários**

- ✓ Colaborar nos trabalhos executados na cozinha.

## Funcionamento da cozinha no Resort Hotel Foya Branca

A mise en-place da cozinha funciona da seguinte maneira no hotel:

- ❖ Definir as doses da carne/peixe, cortando e guardando na câmara fria;
- ❖ Lavar e cortar os legumes (todos os dias);
- ❖ Desinfectar as verduras e saladas lavando-as com muita água;
- ❖ Empilhar os pratos em local acessível, de alcance rápido (Pratos de serviço para as saladas, pratos do dia, sopa e sobremesas);
- ❖ Separar previamente os materiais e utensílios a utilizar para evitar muitos movimentos no serviço;
- ❖ Fazer a pré-cozedura dos legumes;
- ❖ Preparar todos os dias os produtos a serem utilizados para a alimentação do pessoal.

Os pedidos feitos do restaurante e/ou bar respeitam a ordem de chegada, ou seja o primeiro pedido é o primeiro a ser confeccionado.

No início do dia começa-se a preparar a sopa do dia e os pratos desse dia de modo a que quando for feito o pedido apenas se dê os últimos retoques (assar no forno, ou simplesmente empratar). Conforme for o menu do dia, assim é a mise-en-place da cozinha.

Para a realização do Buffet self-service, são preparadas na véspera as sobremesas, tais como: *bavaroises*, pudins, gelados, pavês, arroz doce, tartes, mousses e baba de camelo, etc.

Para o *buffet* de pequeno-almoço as quantidades são calculadas com base no número de hóspedes existentes em casa. Deste modo o funcionário que dará o pequeno-almoço deverá tomar essa lista na recepção. Durante o pequeno-almoço na medida que os alimentos vão terminando vão sendo repostos novamente.



### **Ficha técnica de pratos no hotel**

Todos os pratos vendidos no hotel possuem uma ficha técnica que é feito pela chefe de cozinha com o objectivo de apurar o custo de cada prato, de se chegar ao preço de venda e para que haja uma uniformidade na confecção dos pratos. (em anexo 3)

### **Análise de desperdícios**

A chefe de cozinha do Resort Hotel Foya Branca tenta reduzir ao máximo os custos, minimizando as perdas ou desperdícios, na medida em que ela reaproveita todas as mercadorias. Quando há sobras vindas do *buffet* por exemplo, em vez de ir para o lixo é conservado e servido ao pessoal de serviço. No caso das sobremesas são vendidas no snack-bar. Por exemplo frutas que já não se apresentam um bom aspecto são utilizadas na confecção de sobremesas.

Os produtos que não servem para reaproveitar são lançados fora, mas deve-se preencher uma ficha onde se dá baixa ao produto designada por nota de quebra que deve servir como comprovativo ou justificativo e deve ser entregue a assistente de F&B.

O hotel possui ainda uma ficha de análise de desperdícios que serve para apurar a taxa de desperdício num produto bruto, ou seja, depois do tratamento ou limpeza do produto, verificar realmente a quantidade do produto limpo que foi aproveitada e apurar a quantidade de desperdício. Não serve para aproveitar por exemplo peixe e carne.

### **Controlo de custos**

A cozinha faz uso das seguintes fichas de controlo:

**Controlo do refeitório**, em que esta ficha serve para contabilizar quantas pessoas que foram ao refeitório se alimentar, se tinha ou não esse direito, e também uma forma de conhecer os custos da alimentação do pessoal.

**Pesagem de pão** serve para saber as quantidades de ingredientes gastos na confecção do pão de forma a apurar os custos. (em anexo 4)

**Ficha de pequeno-almoço**, nesta ficha consta todos os produtos e as suas respectivas quantidades que foram utilizadas no *buffet* de pequeno-almoço. (em anexo 5)

Estes documentos acima citados são preenchidos pela chefe de cozinha, e depois são entregues a assistente de direcção de F&B, esta deve assegurar a sua contabilização e o controlo.

### **Higiene e Segurança na cozinha do hotel – Normas HACCP**

É um sistema de segurança alimentar concebido para prevenir a ocorrência de potenciais problemas durante operações com alimentos. Isto é conseguido através da avaliação dos perigos inerentes atribuídos ao produto ou ao processo seguida da determinação dos passos necessários para o controlo dos perigos identificados.

A segurança alimentar depende em grande parte do nível de higiene individual de todos os que trabalham no estabelecimento, empregadores e empregados, especialmente daqueles que manuseiam alimentos- os chamados manipuladores de alimentos.

Na cozinha do Resort Hotel Foya Branca, os manipuladores utilizam touca e farda adequada e exclusiva para a sua função, de cor branca de forma a visualizar com facilidade qualquer sujidade, e devem mantê-las sempre a mais limpa possível. O pessoal da cozinha deveria usar sapatos apropriados, antiderrapantes e fechados servindo como protecção no caso de cair algo, mas nem sempre acontece. Mas, isso é dever da chefe de cozinha, cabe a ela impor as regras e fazê-las ser cumpridas.

Para evitar a contaminação dos alimentos e promover a higiene e segurança na cozinha, o Resort Hotel Foya Branca fez-se valer de um conjunto de regras sobre:

- ❖ Higiene profissional;
- ❖ Higiene pessoal e corporal na cozinha;
- ❖ Higiene do material e dos locais;

❖ Segurança

O cozinheiro tem a responsabilidade moral de proporcionar aos clientes um serviço de grande qualidade sanitária, o que reverterá sobre ele, uma vez que até a imagem do hotel depende desse factor.

**Regras de Higiene profissional**

- Lavar sempre todos os legumes e frutas antes de utilizá-los.
- Nunca descascar legumes na tábua de corte.
- Lavar e desinfectar cuidadosamente o local de trabalho depois de descascar os legumes e, particularmente, depois de preparar o peixe.
- Recusar tudo o que lhe parece duvidoso.
- Limpar as facas depois de cada tarefa.
- Conservar as preparações em recipientes adequados
- Não deixar os alimentos na água de cozedura ou no molho
- Retirar da câmara frigorífica, o mais tardiamente possível, os produtos preparados para a confecção
- Nunca descongelar os produtos na temperatura ambiente da cozinha, mas sim num local fresco.
- Filtrar regularmente óleo de fritar
- Manter o local de trabalho sempre limpo e livre de tudo o que é inútil.

- Verificar minuciosamente a qualidade sanitária dos produtos (garantia e prazo de validade, temperaturas, estado de conservação das embalagens, conselhos de utilização).

É necessário e primordial cumprir as regras de higiene profissional, pessoal e corporal e fomentar um estado de espírito responsável, fazendo com que a higiene seja uma reacção voluntária e espontânea.

### **Regras de higiene pessoal e corporal na cozinha**

- Lavar as mãos antes de começar a trabalhar e sempre que mudar de tarefas.
- Retirar relógio, anéis, pulseiras, e cordões, porque muitos desses acessórios possuem ranhuras, fendas ou orifícios que permitem a acumulação de bactérias, etc.
- Usar as unhas curtas e limpas, escovando-as regularmente.
- Usar sempre uma touca ou Barrete que cubra todo o cabelo e uma farda adequada para a cozinha, o qual deve apresentar-se sempre limpo.

### **Regras de higiene do material e dos locais**

- Consultar e aplicar escrupulosamente as indicações que constam no plano de limpezas.
- Lavar e desinfectar regularmente as esponjas, panos, esfregonas, todos os acessórios dos equipamentos utilizados e as tábuas de corte.
- Colocar todo o lixo e detritos em sacos apropriados de utilização única dentro de recipientes tapados munidos de tampas e de utilização exclusiva da cozinha, esses recipientes serão lavados e desinfetados antes de serem reutilizados na cozinha.
- Esterilizar periodicamente todas as bancadas da cozinha.

### Regras de Segurança

- Esconder os cordões do avental de maneira que estes não se prendam.
- Não utilizar panos húmidos.
- Verificar o interior dos fogões antes de acendê-los.
- Verificar a chama do fogão quando um líquido se derramar.
- Não transportar tapados os recipientes com líquidos.
- Quando se deslocar segurando uma faca, o bico desta deverá sempre estar virado para o chão.
- Antes de abandonar a cozinha, verificar que todos os focos de calor estão apagados e que as saídas de gás estão fechadas.

Nesta mesma óptica, de evitar a contaminação de alimentos, a cozinha do Resort Hotel Foya Branca faz uso de materiais e zonas/bancadas distinguidos por cor, para cada tipo de preparação dos alimentos.

**Tabela 3 Quadro das Cores dos Materiais**  
**Fonte: Elaboração própria**

<u><i>Cor do Material</i></u>	<u><i>Observação</i></u>
<b>-Amarelo</b>	Alimentos já confeccionados
<b>-Branco</b>	Alho, cebola e batata
<b>-Verde</b>	Manuseamento de legumes
<b>-Azul</b>	Manuseamento de peixe cru
<b>-Vermelho</b>	Preparação de carne crua

#### Zona de preparação de carnes e peixes

Nessas zonas são desenvolvidas todas as actividades a preparação de carnes e peixes, como: limpeza, separação das peças, dosagem, amaciamento, picar, moer, filamentos, etc. Para evitar riscos de contaminação cruzada deverão ser usadas zonas separadas para cada um dos alimentos indicados, como já tinha sido referido anteriormente.

#### Zona de preparação de vegetais

A zona de preparação de vegetais é destinada a cocção ou directamente para a distribuição. As operações básicas são: descascar, limpar, esterilizar, cortar e picar, desfiar, montagem dos recipientes para a distribuição. É necessária uma boa iluminação para que o trabalho se desenvolva com rapidez e precisão. Deve-se evitar a incidência de luz natural directamente sobre as zonas de preparo e usar iluminação artificial com coloração que não altere visualmente a aparência do produto, isso porque os olhos também comem.

#### Zona de preparação das sobremesas

Esta é uma área que destina-se somente à cortes, descasques, separação, pré-preparo de frutas, doces, queijos, etc.

Ainda nesta mesma óptica, e para garantir a informação completa sobre as refeições fornecidas e, em particular para salvaguardar eventuais situações de intoxicação alimentar e a necessidade de avaliar a qualidade das refeições fornecidas, deverá o estabelecimento guardar uma amostra dos produtos utilizados (sopas se incluir carne ou peixe e pratos incluindo todos os componentes) até 48 horas após consumo. Deverá registar a data de consumo e refeição correspondente.

A amostra deverá ser retirada previamente ao empratamento na quantidade aproximada de 120 a 150g. Manter a amostra no frigorífico (0-4°C) ou em congelação (até -18°C). Deverão ser efectuados registos relativos à recolha das amostras.

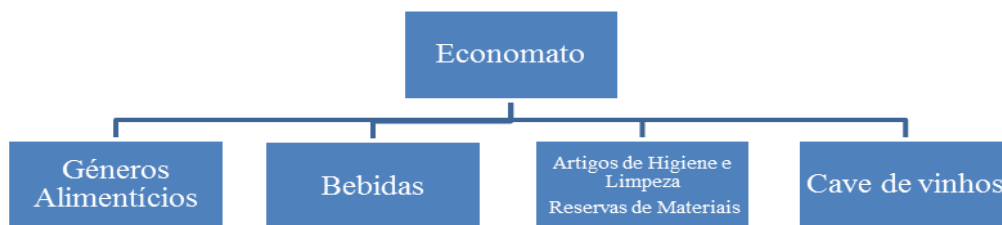
Sugere-se que conserve os sacos com as respectivas amostras (no armário congelador) durante a semana (Segunda à Sexta) eliminando-os no início da semana seguinte.

### 1.3.4 Economato

O economato do Resort Hotel Foya Branca encontra-se bem localizado, próximo do local de recepção de mercadorias bem como dos serviços internos do hotel.

No hotel há uma ecónoma que no geral possui algumas funções: estabelecer as necessidades de produtos e materiais de acordo com os pedidos das diferentes áreas do hotel; controlar e planificar as existências de acordo com as outras secções do hotel; fazer compras; proceder a distribuição das mercadorias as diferentes áreas.

Encontra-se dividido da seguinte forma: Géneros alimentícios, bebidas, artigos de higiene e limpeza/ reserva de materiais e cave de vinhos. É um local fresco, arejado com pouca humidade, bem iluminado e equipado com prateleiras e arcas destinadas a arrumação e conservação de alimentos frios.



Na secção dos géneros alimentícios, para além dos produtos enlatados, ensacados, enfrascados, engarrafados e empacotados também armazenam os produtos deterioráveis, tais como: Carne, peixes, mariscos, produtos congelados e todos aqueles que carecem frio para a sua conservação.

Na secção de bebidas estão todas as bebidas, excepto os vinhos, armazenam: águas com e sem gás, sumos refrigerantes, e cervejas, e os espirituosos ficam nos géneros alimentícios.

Artigos de higiene e limpeza/ reserva de materiais estão na mesma secção por causa da dimensão da empresa embora esse espaço está dividido em duas partes, uma para os artigos de higiene e limpeza e a outra para reserva de materiais.

Cave de vinhos é o local onde estão armazenadas todos os vinhos (verdes, brancos, tintos, roses, espumantes e *champanhes*). A característica mais importante da cave é a temperatura 17 à 18°C.

## **Funcionamento do economato**

### **Gestão de *stock***

A empresa trabalha com *stocks* permanentes, mas não possui um stock fixo, uma vez que é bastante difícil estipular este stock, com isso, a fixação do stock deve ser baseada em dados inconstantes tais como, taxa de ocupação e o grau de utilização dos diversos tipos de serviços oferecidos, isso para ter uma ideia do consumo de mercadorias. Também há outro factor, que é a rotatividade de alguns produtos, ou seja, há produtos que tem mais saídas que outros. Existem determinados produtos que são utilizados pontualmente, e não convém empatar capital nesses tipos de produto, portanto devem ser comprados também pontualmente.

### **Elaboração de requisições de compras - critérios**

A requisição de compras é feita tendo em conta a taxa de ocupação, a rotação dos produtos e os serviços especiais efectuadas nesta semana. (*buffet*, rodízio entre outros).

O responsável de compras elabora a requisição com o parecer da chefe de cozinha e da assistente de A&B e o aval final é dado pelo director geral.

A política de compras baseia-se na orientação que deve ser seguida em relação à qualidade/preço pretendida, assim como, da política de pagamentos estabelecida e o tipo de produtos, tais como a sua origem, denominação de origem ou estado.

Posteriormente surge a pesquisa e selecção dos produtos, garantindo a aquisição das comidas e bebidas com a melhor relação qualidade/preço. A selecção dos artigos e produtos pode ser efectuada consultando diversas fontes, destacando-se a pesquisa, ficha de fornecedores, catálogos recolhidos, feiras da especialidade, Internet, visitas a estabelecimentos da



concorrência ou com semelhanças ao conceito pretendido, reuniões e conversas com vendedores, entre outros.

Como tal, torna-se necessário seleccionar os produtos e artigos que, *a priori*, parecem estar de acordo com o conceito pretendido. Serão, depois, sujeitos a uma avaliação mais detalhada, de preferência com a respectiva ficha de produto.

Mas, devido ao pequenez do nosso mercado a qualidade/preço também não é uma preocupação, porque na maioria das vezes os produtos são adquiridos na Copa, Sa., potencial fornecedor, só em caso de ruptura de produtos ou por razões financeiras, é que procuram outros fornecedores, mas em caso como estes, adquirem-se o produto em pequenas quantidades, embora a diferença de preços não seja tanta.

### **Documentação utilizada**

#### **Pedido de compra**

O pedido de compra é um impresso através do qual os chefes dos vários serviços de produção, de armazenagem, e de vendas solicitam ao serviço de compras a aquisição de um determinado conjunto de produtos necessários ao funcionamento dos respectivos sectores.

#### *Produção*

Cozinha, cafetaria, pastelaria

#### *Armazenagem*

Economato

#### *Venda*

Restaurantes, bares

### Ficha de requisição interna

A requisição interna é o documento interno que permite a saída das mercadorias do armazém para as diversas secções do hotel. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respectivo documento.

A requisição deverá ser emitida em duplicado, ficando o original na posse do economato e o duplicado na posse do chefe da secção requisitante, para conferência da mercadoria fornecida.

Neste documento, para além de vir mencionado a data da requisição, a secção requisitante, as assinaturas dos intervenientes no processo e a numeração sequencial, vêm discriminadas as seguintes rubricas:

- ✓ Código do produto
- ✓ Designação do produto
- ✓ Quantidades requisitadas
- ✓ Quantidades fornecidas

A requisição interna deverá ser idealmente preenchida pelo responsável da secção e entregue de véspera no armazém. No dia seguinte, a ecónoma prepara as requisições de acordo com as informações do documento.

Após o controlo diário é feito o pedido de requisição dos produtos que faltam. Cabe ao chefe ou subchefe da secção preencher a requisição e deve ser feita até ao meio-dia.

O pedido de requisição é feito com base no relatório de vendas, consoante aquilo que foi vendido é então repostado (sistema de *stock* - fixo).

### **Ficha de Preços**

Esta ficha é elaborada a partir de uma pesquisa de preço junto aos fornecedores. Depois da recolha de dados, o responsável transcreve as informações obtidas para uma ficha idêntica no computador, pois é uma forma de melhor conservação das informações, evitando o desvio de papel. Assim sempre que se precisa dessas informações é só aceder a página e se for o caso ter esse documento em duas vias, no formato digital e também no papel. Deste modo quando há alterações é só mudar o do formato digital, imprimindo de novo, poupando assim tempo. Dessa ficha consta a designação do produto, a quantidade de venda e o respectivo preço.

### **Seleção de fornecedores**

Antes de mais, sugere-se que a relação com os fornecedores deve ser encarada numa óptica de realizar o melhor tipo de negócio para o departamento. Todavia, deve estabelecer-se uma relação com os fornecedores onde ambas as partes ganhem.

Por outro lado, os fornecedores devem ser vistos como parceiros de negócio, podendo transmitir informações e sinais preciosos relativamente ao mercado e aos concorrentes.

Na angariação de fornecedor deve-se fazer uma recolha geográfica alargada, dado que, hoje em dia, com as facilidades de distribuição, importa conhecer quais as condições e preços que diversos fornecedores apresentam. O fornecedor x ou y poderá não ter a melhor proposta.

**Tabela 4** Cadastro dos principais fornecedores do hotel

Fonte: Elaboração própria

Nome dos fornecedores	Gênero de produtos que fornecem
Copa, Sa Bento António Lima, Lda. Semedo & Semedo Serradas	Produtos alimentícios, bebidas, de limpeza e tabacos.
Cavibel	Refrigerantes e cervejas
Openmarket	Frutas e congelados
Talho fauna	Carnes e enchidos
Talho pimentas e verduras	Carnes e enchidos
Talho esperança	Carnes e enchidos
Sra. Margarida	Peixes e marisco
Sra. Ranha	Legumes e hortaliças
Dina furtado	Produtos alimentícios
Dantas e Dantas	Produtos congelados
Eloy Neves	Produtos alimentícios
Itom	Produtos alimentícios, bebidas e de limpeza
Toy Duarte	Produtos alimentícios
Casa de queijo (S.Pedro)	Queijo de terra

### O processo de compras

As compras neste estabelecimento são feitas uma vez por semana, não ser que haja a necessidade de o fazer mais do que uma vez. Isso acontece devido a necessidade de ter sempre produtos frescos como hortaliças, peixes e frutas, que são adquiridas duas ou mais vezes por semana, com intuito de vender sempre produtos mais frescos possíveis e com qualidade. Os produtos frescos como hortaliças, verduras, frutas, peixe, etc., são dados entrada directamente na cozinha onde são armazenados nas câmaras frias.

O Processo de compra começa com a necessidade sentida, ou seja, o que determinará o volume das compras será o número de hóspedes no hotel, os serviços a serem realizados (buffet, rodízio e cozido à portuguesa), a realização de um evento especial e a ruptura ou não dos produtos no mercado e ainda a rotação dos clientes e o stock existente. Assim a responsável de compras analisa o seu nível de stock para saber se as quantidades existentes são ou não suficientes. Todas as terças-feiras elabora a requisição (pedido de compra) com base nas necessidades que se verificou e na conversa com o chefe de cozinha.

É de realçar que as requisições são feitas de forma organizada, elaborando para cada fornecedor uma requisição, fazendo uma separação de produtos mediante famílias.

A responsável de compras, com base numa ficha de preços, faz uma análise que é elaborada a partir de uma pesquisa de preço junto aos fornecedores, onde consta a designação do produto, a quantidade de venda e o respectivo preço. Permitindo a responsável de compras fazer uma estimativa em termos de valor necessário para efectuar as compras.

Após a elaboração das requisições, estes são apresentados ao director geral que dá o seu parecer.

A seguir a esta etapa, a responsável de compras, dirige-se a contabilidade, onde disponibilizam o valor solicitado, que geralmente é um cheque com a assinatura de dois administradores.

Cabe ao director do hotel seleccionar os fornecedores, estes são seleccionados de acordo com o binómio preço/qualidade e também os que dão melhores condições de pagamento.

A responsável de compras tem que conciliar os interesses da empresa e dos fornecedores, ou seja, é pressionado pelos fornecedores que concedem crédito a empresa, e a empresa pressiona o chefe de compras para conseguir alargar o prazo. Portanto todas as vezes que vai a contabilidade arrecadar o montante para compra, leva as dívidas que tem dos fornecedores, assinalando os mais urgentes.

Após a aquisição do cheque junto da contabilidade, a responsável de compras dirige aos bancos de acordo com os cheques concedidos, fazer o levantamento do valor, e por fim já possui todos os requisitos necessários para efectuar as compras.

Tendo sempre em atenção o estado dos produtos e a sua data de validade. Outra preocupação é definir os produtos que devem ser comprados em primeiro lugar. Isto porque em relação aos produtos congelados, peixes, frutas, legumes e os ovos, estes ao serem comprados devem ser encaminhadas logo para o hotel para evitar a sua deterioração, visto que a empresa não tem um veículo apropriado para estes tipos de produtos. No acto da compra a responsável deve conferir os produtos, ou seja fazer a contagem física para verificar se a quantidade solicitada e discriminada na factura/recibo é igual as quantidades que lhe são entregues, verificar o estado de conservação e o prazo de validade dos produtos, no local da compra, visto que alguns fornecedores não aceitam devolução.

A empresa defende que a entrada dos produtos deve ser feita sempre por outra pessoa, ou seja, alguém que não participou na compra. Deste modo os produtos ao chegarem no hotel, são descarregados e de seguida as facturas são entregues á uma pessoa da contabilidade que vai efectuar a contagem e pesagem dos produtos de acordo as quantidades compradas, depois essas facturas são assinadas pelo responsável da contabilidade provando assim a sua conformidade, e só depois desse procedimento é que a ecónoma procede a arrumação das compras. Na compra dos produtos como carne, peixe, ovos, frutas e legumes a responsável deve certificar-se se os produtos são frescos e de qualidade. Ainda tem a responsabilidade de lançar as facturas no programa informático “ PDV config”. Quando terminar de lançar os produtos, transcreve o código de lançamento para a respectiva factura.

Esta deve agrupar as facturas da seguinte forma, separar as facturas dos produtos alimentícios (alimentos e bebidas), dos produtos higiénicos e dos tabacos. Isso para facilitar na contabilidade já que estes têm o IVA diferente uns dos outros.

De seguida faz a verificação das contas, ou seja, se a soma dos montantes das facturas - recibo com o resto do valor, é igual ao montante disponibilizado pela contabilidade. Faz uma cópia das facturas dos produtos que foram adquiridos á crédito e fica com as cópias e entrega todas as facturas - recibo e facturas na contabilidade e caso houver troco, também deve o entregar.

Na contabilidade as facturas são conferidas ou confrontadas com os lançamentos no programa (feito pelo responsável de compra) e é dado baixa, aos produtos que foram comprados á *cash*.

## **Recepção de mercadorias**

A recepção das mercadorias constitui outra fase do ciclo das mercadorias, logo após a fase de compras, merecendo igualmente alguns cuidados especiais em termos de controlo.

A recepção das mercadorias consiste em garantir de que o hotel está a receber os produtos na quantidade e qualidade solicitados, ao preço acordado e de que é o seu acondicionamento adequado na armazenagem ou é feita a sua transferência directa para as secções, ou, quando não verificadas as características dos produtos exigidos, proceder à devolução imediata.

No momento da recepção deve estar presente a chefe de cozinha, uma pessoa da contabilidade e o comprador.



## **Armazenamento**

O principal objectivo da armazenagem é garantir a manutenção e qualidade das matérias-primas e outros produtos, de forma a assegurar a disponibilidade de produtos de acordo com as necessidades do dia-a-dia, minimizando perdas, desperdícios, desvios ou roubos.

Após uma correcta recepção das mercadorias, importa colocá-las no lugar indicado o mais rapidamente possível.

A responsável pelo economato tem como principal missão a preservação e registos de todas as mercadorias que lhe são confiadas.

Relativamente a armazenagem das mercadorias e o conhecimento por parte dos colaboradores envolvidas no processo, das condições e ideais de conservação para cada tipo de produto tem que ter em mente que os produtos são deteriorados pelos seguintes motivos:

-  Tempo excessivo entre as entradas e o armazenamento do produto;
-  Falta de condições de higiene;

- ✚ Inadequada separação dos alimentos;
- ✚ Temperaturas inadequadas;
- ✚ Excesso grau de humidade;
- ✚ Período excessivo de armazenagem.

Há alguns produtos como os peixes, legumes, frutas, ovos, Iogurte, queijo, fiambre, maionese e ketchup, etc, estes são lançados no programa “PDV config-almoxarifado central” (dar entrada dos produtos que junta com o stock existente e dá o stock final) e são dadas baixa para cozinha, ou seja, entrou e saiu logo para cozinha. Isto porque as câmaras frias estão situadas na cozinha e estes são produtos frescos que necessitam de uma boa conservação e tratamento (no caso do peixe) e também pelo facto serem utilizadas com elevada frequência, poupando tempo e papel.

Os “produtos não conforme” (com prazos de validade expirados) que sejam para trocas devem ter uma zona ou prateleira devidamente identificada com uma indicação inscrita de “produto não conforme”.

No que diz respeito a rotação de stock a o hotel utiliza o método FIFO (*First In First Out*), no qual os primeiros a entrar serão os primeiros a sair.

Mas a responsável do economato tem sempre atenção aos produtos que se encontrem no economato há mais tempo e que apresentem datas limites de consumo mais curtas (perto do prazo de validade), de forma a evitar perdas. Por vezes, recebem-se produtos alimentares que têm validade inferiores aos produtos que se encontram em *stock* no estabelecimento, esses merecem especial atenção e devem ser colocados à frente.

### **Câmara frigorífica**

Destina-se a conservar todos os alimentos deterioráveis, que carecem da acção do frio para prolongarem a sua durabilidade, mantendo as suas características próprias.



A armazenagem de produtos nas câmaras frigoríficas e congeladores não poderá, em hipótese alguma, ser feita em recipientes de alumínio ou metal, caixas de Madeira ou cartão.

Na armazenagem dos alimentos nas câmaras frigoríficas, não deve haver misturas de produtos com características diferentes, de forma a evitar, por um lado, a transmissão de cheiros e, por outro, pela circunstância de cada tipo de alimento necessitar de temperaturas diferentes para a sua conservação.

- Frutas e legumes – 4 á 6°C
- Carnes e Aves – 1 á 3°C
- Peixes e Mariscos – 0 a 1°C
- Leite e Derivados – 2 a 4°C
- Conservação de congelados -18°C

### **Distribuição**

A distribuição é também uma das fases do ciclo de mercadorias que está sob a responsabilidade e orientação do economato.

Normas de distribuição das mercadorias:

- As mercadorias devem ser levantadas a um determinado horário pré estabelecido por secção de forma a evitar agrupamentos desnecessários de pessoal.
- O cumprimento do princípio em que o 1º produto a entrar será o 1º produto a sair (FIFO).
- As mercadorias são distribuídas diariamente através de uma requisição interna para as diversas secções. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respectivo documento.

- Diariamente, e com o objectivo de apurar o valor total das mercadorias saídas do economato, é elaborado um resumo de todas as requisições efectuadas cujos valores são transportadas para o dia seguinte e assim sucessivamente até o final de cada mês.

### **Codificação dos Produtos (no programa informático)**

Os produtos que entram no economato devem ser devidamente identificados e registados não só para controlar saídas e entradas, mas também para facilitar a sua arrumação nos devidos locais e facilitar nos inventários.

- As mercadorias devem ser arrumadas por grupos ou divididas por famílias.
- A ficha de stock é um documento importante do economato pois é elaborado individualmente por cada produto. Destinam-se a registar as entradas, saídas dando a qualquer momento informação das existências bem como os preços médios e ainda permite observar o nº de rotação num dado período.

### **Inventários**

Mensalmente é efectuado um inventário físico, pela ecónoma, de todas as mercadorias armazenadas no economato, valorizando nessa altura todos os produtos em *stock* e com o objectivo de apurar os desvios verificados.

Assim, imprime um relatório do sistema, onde discrimina os produtos e as quantidades que devem existir no economato. De seguida faz a contagem física para verificar se está tudo em conformidade. Caso não estiver há que haver uma justificativa comprovada com respectivo documento.

O inventário deve ser apresentado a contabilidade de forma digital. E compete a este fazer a verificação, pois também tem acesso ao programa.

## PARTE II – ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS

### 2.1 Metodologia

Todo o trabalho científico ou mesmo um relatório profissional requer um estudo de metodologia. Neste caso em estudo utilizou-se basicamente o método de observação e execução das tarefas inerentes ao departamento de forma a adquirir aptidões e competências práticas através de estágio profissional.

- 1- Observação directa – Consiste em estudar de forma atenta e pormenorizada, a execução prática, de cada operação.
- 2- Execução - Execução prática de tarefas, com a intenção de aprimorar as operações ordenadas, possibilitando uma maior liberdade na execução das operações

Recorreu-se também a pesquisas bibliográficas como a leitura de livros e também a pesquisas na internet, como forma de complementar o trabalho.

### 2.2 Caracterização Científica do Departamento do F&B

#### 2.2.1 Evolução histórica do Turismo

Embora o turismo tenha sido considerado actividade económica na segunda metade do séc. XIX, existiram viagens realizadas no passado que poderiam ser consideradas como uma forma de actividade turística.

O anseio pelas viagens, o desejo de conhecer outros povos e estabelecer relações com outras civilizações foi sempre uma constante na história do Homem. Por diversas razões, religiosas, comerciais, políticas, de expansão territorial ou por simples curiosidade, a história do homem está profundamente ligada às deslocações e às viagens.

De acordo com as características da evolução registada ao longo dos tempos podemos identificar três épocas históricas do turismo: a idade clássica, a idade moderna e a idade contemporânea que, não coincidem com as idades históricas do mesmo nome.

### ***Turismo na Idade Clássica***

“Período que vai desde os primórdios das primeiras civilizações até a primeira metade do século XVIII. Não é possível localizar no tempo atribuir-se aos sumérios o mérito de terem criado as condições para o seu desenvolvimento. A eles se deve a invenção da moeda e seu desenvolvimento do comércio, no séc. VII a.C., que deram origem a uma motivação de pessoas até então desconhecida. Com as suas posteriores invenções da escrita cuneiforme e da roda, criaram as primeiras condições que possibilitaram a realização das viagens, não só para efectuar transacções comerciais, mas também para outros fins.

Foram os romanos que criaram a maior rede de estradas até então construídas, das quais algumas são hoje utilizadas

Há mais de 5000 anos eram organizadas viagens pelo rio Nilo, no Egipto, para visitar os vários templos que ao longo dele se estendiam.” (CUNHA 2006, p.36)

“Os romanos e os gregos viajavam para visitar os templos e as 7 maravilhas do mundo da área do Mediterrâneo, em particular as pirâmides e os monumentos do Egipto que ainda hoje constituem uma das grandes atracções turísticas do mundo. A Grécia e a Ásia Menor atraíam grandes multidões por altura dos Jogos Olímpicos, Píticos, Ístmicos e Nemeus e ofereciam grande número de atracções como as produções teatrais, os banhos termais, competições atléticas e festivais.

A hospitalidade constituía um acto honroso e instituiu-se a obrigação de receber com benevolência os estrangeiros que chegassem a uma cidade, sem mesmo saber quem eram e o porque da visita.” (CUNHA 2006, p.37)

“É, no entanto, com o desenvolvimento das instalações termais, iniciadas 25 a.C., em Roma, que nascem os verdadeiros centros de turismo que se prolongam até aos nossos dias. A grandeza das instalações termais com piscinas, banheiras de água quente, salas de massagens, acompanhados de representações teatrais, corridas de carros e outras distrações, a que hoje damos o nome de animação, permitiram que o

termalismo desempenhasse um papel importante no plano das viagens e da animação que ainda hoje se mantém.” (CUNHA 2006, p.38)

“Nesta época, as viagens tinham como principal razão as peregrinações. No séc. XIV, existiam já guias de viagens que forneciam aos peregrinos indicações detalhadas sobre as regiões que tinham de atravessar e os tipos de alojamentos que iriam utilizar.” (CUNHA 2006, p.39)

As primeiras descobertas marítimas dos portugueses permitiram a universalização das viagens o que transformou o mundo.

“A idade clássica do turismo caracteriza-se pelo facto das viagens serem individuais e se realizarem por necessidades fundamentais como o comércio, as peregrinações religiosas, a saúde ou por razões políticas e de estudo.” (CUNHA 2006, p.40)

### ***Idade Moderna***

“A partir de meados do século XVII produzem-se grandes mudanças, quer a nível tecnológico, económico, social e cultural, que introduzem alterações significativas nas viagens. É nesta altura que se tornam populares, entre as camadas sociais de maiores recursos, as viagens de recreio como forma de aumentar os conhecimentos e procurar novas experiências.” (CUNHA 2006, p.40)

Por volta de 1830, surgem na Suíça os primeiros hotéis que começam a tomar lugar dos albergues e das hospedarias.

Em 1822, *Robert Smart*, tornou-se o primeiro agente de viagens encarregando-se das reservas de lugares para os passageiros de barco entre a Inglaterra e a Irlanda. Contudo foi com Thomas Cook que nasceu o turismo organizado, visto ter conseguido um comboio para uma viagem destinada aos participantes de um congresso médico. E, mais tarde, em 1872, organizou a primeira viagem à volta ao mundo.(CUNHA 2006, p.42)

“A primeira década do século XX caracterizou-se por inovações e transformações que alteraram profundamente os modos de vida. A racionalização do trabalho e as reivindicações sindicais conduziram a uma maior democratização das sociedades e a novos conceitos de vida.

O tempo de trabalho diminuiu e alcançou-se, deste modo, o direito ao repouso semanal vindo o conceito de lazer a surgir como uma nova noção. Foi estabelecido o direito a férias pagas pela Organização Internacional do Trabalho e depois reconhecido pela Declaração Universal dos Direitos do Homem. O turismo transforma-se, assim, num fenómeno da sociedade (...).” (CUNHA 2006, p.43)

CUNHA (2006, p.44) afirma que estavam criadas as condições para a universalização do turismo e para o seu desenvolvimento como actividade económica consistente, no entanto, a eclosão da II Guerra Mundial fez atrasar a sua evolução. Durante este período, o turismo iniciou a sua expansão mundial, caracterizando-se pela procura de diversão e descanso e pelas viagens culturais. Surge, também, as primeiras organizações nacionais e internacionais de Turismo das quais pode-se destacar a OMT.

### ***Idade Contemporânea***

“O desenvolvimento dos transportes, o reconhecimento do direito às férias pagas, a criação de organizações nacionais e internacionais destinadas a promover o turismo e as novas ideias levaram a que, a partir do início do séc. XX, o turismo passasse a ser considerado como uma actividade económica relevante.” (CUNHA 2006, p.44)

Segundo CUNHA (2006) “As profundas e rápidas alterações ocorridas nesta época a todos os níveis, levaram a que de geração para geração se fossem modificando o comportamento, as atitudes e os valores dos homens.”

Pelo aumento da percentagem da população em idade de reforma e pela entrada tardia dos jovens no trabalho nos países mais desenvolvidos aumentou mais o tempo livre. No domínio das motivações o turismo de massas, especialmente o turismo de “sol e praia” foi gradualmente evoluindo, dando origem a uma actual e crescente procura de actividades culturais susceptíveis de contribuir para o enriquecimento individual e para alargamento dos conhecimentos.

## **Turismo**

De acordo com a definição da OMT, “o *turismo* é descrito como as actividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu retorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, por negócios e outros motivos, não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no lugar visitado.” (DIAS, 2008, p.18)

De entre as várias definições do turismo pode-se adoptar a de Mathienson e Wall, do *ponto de vista conceptual*:

«O movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidos durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades.»

Essa definição abrange a oferta e a procura turística, simultaneamente.

*Do ponto de vista técnico*, a definição da OMT parece a mais adequada:

«O conjunto das actividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros.»

Essa definição, no entanto, privilegia a procura e não revela a oferta.

## **Definições básicas em turismo segundo CUNHA (2009)**

*Visitante*- é toda a pessoa que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual durante um período inferior a 12 meses consecutivos, por qualquer razão que não seja a de exercer uma profissão remunerada nesse local.

*Excursionista*- visitante temporário que permanece menos de 24 horas no local visitado.

*Turista*- É aquele que passa pelo menos 24 horas no local visitado seja dentro do país ou fora dele, tanto por motivos de lazer como para negócios, ou seja, é aquele que pernoita no local.

## **Tipos de Turismo**

Segundo *CUNHA (2009)* os tipos de turismo são identificados, ao mesmo tempo, pelos motivos das viagens e pelas características dos destinos, assim sendo é compreensível a diversidade dos tipos de turismo:

- a) Turismo de recreio: deslocação de pessoas que procuram destinos que oferecem praia, belezas naturais e ou grandes centros urbanos.
- b) Turismo de repouso: deslocação de pessoas para o relaxamento físico e mental, normalmente essas pessoas procuram as estâncias termas, os campos, etc.,.
- c) Turismo cultural: deslocação de pessoas com o intuito de ver coisas novas, de conhecer as particularidades e hábitos de outros povos, aumentar os conhecimentos ou ainda a satisfação de necessidades espirituais. Os centros culturais, os grandes museus, os grandes centros de peregrinação são destinos preferenciais dos turistas.
- d) Turismo Étnico: deslocação de pessoas para estabelecer contacto com outros costumes fora do comum ou estranhos em zonas remotas e para visitar locais de origem da família, parentes ou amigos.
- e) Turismo de natureza: deslocação de pessoas à áreas relativamente não perturbadoras, ambientalmente responsáveis com a vista a gozar e a apreciar a natureza e a sua conservação.
- f) Turismo de negócios: deslocação de pessoas para a participação em reuniões, congressos, missões, exposições, feiras, para estabelecer contactos com empresas ou realizar negócios. Os centros industriais e os centros de congresso e exposições são os destinos privilegiados.

### **2.2.2 Surgimento da hotelaria**

Ao considerar a definição de turista como sendo a pessoa que passa pelo menos uma noite no destino desejado, para que o turismo possa acontecer há de se preocupar com aspectos importantes tanto para o turista como para o local que está recebendo-o, como: alojamento, alimentação e transporte.



“A hotelaria é uma das mais antigas actividades humanas, tendo sido a sua evolução significativa através dos tempos. Segundo consta, as hospedarias apareceram por volta do século IV a.C. Tinham como objectivo prestar serviços correspondentes às mais elementares necessidades humanas - alimentação e abrigo.” (JANEIRO, 1997, p.15)

Devido à evolução, os homens foram levados a viajar para fazer negócios, daí advindo, consequentemente, a necessidade de repouso e alimentação. Assim, nasceu a hotelaria nas suas formas originais.

A troca de produtos era necessária; como não havia estradas nem os meios de transporte adequados, era indispensável albergar os comerciantes que se deslocavam a distâncias que os impossibilitavam de regressar de seguida, proceder às mudas, tratamento e repouso dos equídeos, assim como proporcionar o descanso dos ocupantes e dos donos das diligências.

Com a Revolução Industrial no século XIX, a burguesia passou a comprar os castelos da nobreza falida e passaram a alugar á famílias de nobres e da alta burguesia.

Em 1870, César *Ritz*, construiu um estabelecimento hoteleiro em Paris, o mais moderno na altura, o famoso Hotel *Ritz*, que dentre tantos serviços ofertados, fazia também parte o serviço de alimentos e bebidas, serviço esse que ficou sob a responsabilidade do cozinheiro *George Auguste Escoffier*.

Na América também houve uma grande evolução dos hotéis. Em 1525 foi fundado o primeiro hotel no continente americano. Em 1794, foi construído o *New York's City Hotel*. Em 1828, surge o Tremont House, considerado o primeiro hotel de 1ª classe.

Nos dias de hoje, pode-se dizer que o fomento no sector dos transportes é condição indispensável do incremento turístico. Em Cabo Verde, o crescimento da oferta na área dos transportes tem acompanhado o aumento assinalável dos fluxos turísticos.

Até 2005 Cabo Verde contava apenas com um aeroporto internacional, situado na ilha do Sal. Hoje, são já quatro, distribuídos pelas ilhas de Santiago, Boavista, São Vicente e Sal.

Também o transporte inter-ilhas (aéreo e marítimo), ainda insatisfatório, constitui uma das grandes apostas, pois permitirá incrementar o fluxo interno de turistas no arquipélago.

### ***Requisitos exigidos ao profissional de Hotelaria segundo SOUSA (1997)***

A profissão de hotelaria exige um perfil psicológico adequado ao contacto com o público. Dentro desse perfil salientamos:

- ✓ Boa apresentação;
- ✓ Comunicação fácil;
- ✓ Bom relacionamento social;
- ✓ Domínio de línguas estrangeiras;
- ✓ Capacidade de observação e memória visual;
- ✓ Descrição e responsabilidade quanto ao sigilo da vida pessoal dos clientes;
- ✓ Pontualidade.

### **2.2.3 Surgimento e caracterização do F&B**

Com a Revolução Industrial no século XIX, veio o surgimento da máquina a vapor, a energia eléctrica, e outras inovações que foram de grande importância para o desenvolvimento da hotelaria, e consequentemente para o sector de F&B, pois as pessoas passaram a escolher meios de hospedagem que oferecesse além de serviços de hospedagem, o da refeição.

Assim o que era restrito apenas para os bares e tabernas, passaram a fazer parte dos principais serviços oferecidos aos clientes/hóspede.

De acordo com CASTELLI (2003, p.293) “A área de A&B, dentro de uma estrutura organizacional e funcional de um hotel, é a mais complexa. Sobretudo, porque as despesas com a mão-de-obra são aproximadamente 2,5 vezes maiores do que o sector de hospedagem e a receita é 4 vezes menor que o mesmo sector.”

O depto de F&B representa uma linha muito importante para o hotel, considerado rentável, porque contribui para o aumento da receita, inclusive em alguns hotéis o lucro desse departamento ultrapassa ao de alojamentos, representando 40% ou mais da receita de um hotel. Esse aumento considerável é consequência do fato de que esses serviços não se limitam aos hóspedes, mas também são extensivos a outro tipo de cliente.

Isso acontece se ela for dotada de excelente organização e controle, sob o comando de um administrador competente.

Esse departamento exige um profissional com uma grande experiência na área, e uma boa brigada dos funcionários que trabalham conjuntamente com o responsável desse departamento.

Conforme *MOSER (2002)* “Na industria hoteleira adoptou-se o termo F&B para designar todas as actividades relacionadas com a produção, o serviço e a comercialização de comidas e bebidas”.

É parte integrante da estrutura de qualquer hotel e funciona na completa dependência da direcção do hotel. Tem a função de completar o alojamento e serviços em geral de um hotel.

O departamento de F&B é composto por todos os serviços que se relacionam com os restaurantes, bares, cozinhas (produção), gestão de aprovisionamento, acatando sempre a um controlo para que tudo esteja em consonância com um serviço de qualidade oferecendo maior satisfação ao cliente, tendo sempre em vista a maximização do lucro e minimização do custo.

Entre os factores que afectam os lucros, fazendo descer o nível das receitas, podemos mencionar a concorrência, leis e regulamentos, bem como a resistência dos clientes. Por outro lado, outros factores exercem pressões sobre os custos, nomeadamente as matérias-primas, a mão-de-obra, os diversos produtos operacionais e as taxas e impostos.

Entre as causas mais usuais da diminuição do nível de vendas podem citar-se:

- ✓ Preços fora de mercado;
- ✓ Uniformidade das ementas;
- ✓ Fraca qualidade da alimentação servida;
- ✓ Serviço lento e ineficaz;
- ✓ Falta de condições sanitárias;
- ✓ Ambiente pouco atractivo e ruidoso;

- ✓ Localização inadequada;
- ✓ Promoção deficiente.

O custo das matérias-primas e as despesas com o pessoal constituem por outro lado, as principais componentes dos custos elevados das operações de alimentação e bebidas. Das variadas causas de custos elevados das matérias-primas, podem mencionar-se:

- ✓ A compra ineficiente
- ✓ O desperdício e a deterioração
- ✓ A produção excessiva
- ✓ O desvio dos produtos

A forma eficiente de gerir uma operação de alimentação e bebidas, independentemente do seu tamanho, consiste em estabelecer os controlos necessários para obter os resultados planeados.

A responsável de F&B deve possuir determinadas qualidades fundamentais para o exercício de suas funções, portanto, deve ser perspicaz, determinada, disciplinada, capacidade de trabalho, rigor e persistente. Deve ainda possuir formação académica, conhecimentos de contabilidade e gestão.

“Difícilmente poder-se-á ter sucesso na condução desta área, se a pessoa incumbida desta importante tarefa não estiver respaldada por uma gama de conhecimentos indispensáveis por habilidades e atitudes profissionais condizentes”. (*Castelli 2003, pág. 296*)

### **O controlo de alimentação e bebidas**

O controlo do F&B, segundo *MOSER(2002, pag.77)* “ [...] é um instrumento de gestão, através do qual pode ser avaliado o desempenho de qualquer operação de comidas e bebidas, relacionando indicadores de gestão previamente estabelecidos com valores reais.”

Esta análise permite que sejam tomadas medidas correctivas, de forma a minorar os desvios existentes entre os resultados estimados e os resultados verificados.

Controlar nunca deve ser entendido como uma forma de policiamento de pessoas ou de grupos de trabalho. Deverá antes ser interpretado como um meio á disposição para que os fins possam ser atingidos e nesta medida, todos os intervenientes possam beneficiar.

**O controlo visa sobretudo:**

1-Maximizar a qualidade e a rentabilidade;

2-Prevenir a ineficiência e desvios.

A rentabilidade da empresa depende cada vez mais da capacidade dos colaboradores sem excepção.

**Restaurante**

Segundo *Castelli*, restaurante é o estabelecimento que fornece alimentação ao público mediante pagamento.

“Os restaurantes, em geral, podem ser classificados de várias maneiras. Uma delas é a de agrupá-los em categorias do tipo: luxo, primeira categoria, segunda categoria e terceira categoria. Categorias essas representadas por símbolos, como garfos, por exemplo. Tais símbolos são afixados nas entradas dos estabelecimentos para melhor orientar os clientes.”  
(*Castelli, 2003 p. 297*)

**Algumas tipologias da restauração**

- Restaurante clássico
- Restaurante típico
- Cafeteria
- Coffee-shop
- Pub

- Churrascaria
- Snack-bar

## **Espaço**

Conforme *Castelli (2003)* o espaço da sala do restaurante é ocupado pelo mobiliário pertinente (mesas, cadeiras, aparadores, *guéridon*, carrinhos de serviço, etc.), pela circulação do pessoal que presta os serviços e pela circulação e espaços ocupados pelos comensais. É preciso prever todos esses espaços para proporcionar bom ambiente, conforto e serviços de excelente qualidade, ou seja:

- ✓ Aproveitar ao máximo os espaços disponíveis, sem que isto venha em detrimento do conforto dos comensais, do fluxo das pessoas (pessoal de serviço e clientes) e da qualidade dos serviços;
- ✓ Dispor as mesas de tal forma para evitar que o cliente fique voltado directamente para a parede. As mesas colocadas em oblíquo geralmente evitam tal situação;
- ✓ Evitar de colocar mesas muito próximos da entrada principal do restaurante ou da entrada para a cozinha;
- ✓ Colocar mesas com diversas capacidades, para atender uma, duas ou mais pessoas;
- ✓ Colocar a mesa do “buffet”, se for o caso, em local visível, de fácil acesso tanto para os comensais como para o pessoal de serviço.

## **Decoração**

Segundo *CRACKNELL e NOBIS (1996, p.17)* a forma da sala e as suas características, incluindo os diferentes níveis de pavimento, quaisquer lustres ou colunas com enfeites, a zona de refeição, tudo contribui, para a imagem mental do cliente e para o modo, como vai aceitar a comida e a bebida.

As cores usadas para decorar a sala, devem harmonizar-se e devem usar-se combinações de cores estéticas, que ajudem a acentuar as características e a criar uma atmosfera viva ou relaxante, de acordo com o tipo de restaurante. Cores primárias fortes no lado quente do espectro, tais como o vermelho, criam excitação e alegria, ao passo que as cores pastel, difusas no lado frio do espectro, são mais apropriadas, para uma sensação de repouso e calma. O uso indiscriminado de esquema de cor, criará um ambiente de inquietação e dissonância.

### **Requisitos pessoais da Brigada do Restaurante/Bar**

Asseio/hábitos - mãos e unhas limpas, barba feita, higiene bucal, cabelos cortados, banhos diários, perfumes e jóias discretos. Evitar passar a mão nos cabelos, nos olhos, no nariz e na boca; não fumar, não mascar chicletes, não se encostar em paredes e móveis e não intrometer-se nas conversas dos clientes.

Cortesia/educação - agir sempre com delicadeza, tacto e boa educação, sem cair no esnobismo.

Cooperação e espírito de equipa - realizar um trabalho com participação de outras pessoas, ajudar os colegas quando for necessário, desenvolver o espírito de equipa evitando assim, um ambiente de intriga.

Honestidade - servir uma dose de bebida com várias “choradinhas” para com isso obter do cliente uma gorjeta maior, participar de intimidades isso também demonstra falta de honestidade pois estas acções repercutem nos lucros da empresa.

### **Mise-en-place**

CASTELLI (2003, p.312) afirma que “A *mise-en-place*, expressão de origem francesa significa arrumação, colocação em ordem. Deste modo, fala-se em *mise-en-place* do bar, do *room service*, do restaurante. Toda a *mise-en-place* é feita justamente para agilizar os serviços no momento do atendimento da solicitação feita pelo cliente.

Neste sentido, a perfeita definição, por parte do estabelecimento, da *mise-en-place* que deve ser seguida, para cada ponto de venda, auxilia grandemente a agilização dos serviços solicitados pelo cliente.

A *mise-en-place* no restaurante ou sala engloba o conjunto de trabalhos previamente executados, para colocar o local, os objectos ou alimentos e bebidas e ordem.”

### **Cardápio**

O cardápio segundo *RIBEIRO (2011)* também chamado de menu, carta ou lista, é o veículo de informação, venda e publicidade de um restaurante e sua finalidade é auxiliar os clientes na escolha dos alimentos e bebidas. É também considerado uma das ferramentas de marketing que é utilizada nas empresas gastronómicas com a finalidade de alavancar e impulsionar suas vendas.

O estilo, disposição e conteúdo da ementa, precisam ser compatíveis com toda a vivência da refeição. Demasiada variedade, tende a desorientar os clientes, ao passo que uma lista demasiado limitada causa normalmente habituação. Enquanto o uso do francês, está absolutamente certo, para restaurantes de alta classe, frequentados por clientela internacional, está errado em outros níveis e é preciso incluir uma tradução.

Alguns aspectos devem ser levados em consideração quando da elaboração do cardápio, deve merecer cuidados especiais no que tange à sua composição, redacção e apresentação, uma vez que a junção de todos esses elementos pode influenciar o julgamento dos clientes e ajudar na construção de impressões sobre os produtos oferecidos.

Um cardápio deve necessariamente:

1. Informar;
2. Ser claro, legível e objectivo;
3. Possuir sequência lógica;



4. Ser bem escrito, tendo em atenção a ortografia;
5. Ser original;
6. Ser fácil de manusear;
7. Ser visto como cartão-de-visita do restaurante;
8. Informar sobre os preços e sobre o restaurante;
9. Ser fiel aos ingredientes mencionados nas preparações culinárias;
10. Despertar o interesse dos clientes.

A capa e as cores escolhidas para compor o cardápio ou menu devem reflectir a imagem do restaurante, auxiliando na identificação de sua tipologia, coerentes com o ambiente encontrado. Para tanto, a escolha do papel adequado é o primeiro passo para a confecção e sucesso de um cardápio. Este deve resistir ao manuseio frequente e ao rápido desgaste do conjunto. O ideal é que o estabelecimento comercial confeccione cardápios novos, a cada três meses.

### **Factores determinantes na elaboração de um cardápio**

As ementas são elaboradas em conjunto pelo chefe de cozinha, assistente de F&B e pelo Director Geral do estabelecimento, e há que ter em mente muitas regras quando se compõe a lista. Entre essas regras há a considerar:

- ✓ Perfil da clientela e a categoria do estabelecimento hoteleiro;
- ✓ Análise da concorrência;
- ✓ Capacidade da zona de produção e serviço;
- ✓ Competências técnicas do pessoal;
- ✓ Rácios de custos;

- ✓ Ordenação dos diversos pratos;
- ✓ Alternativas ao modo de confecção dos pratos (cozido, grelhado, assado, frito);
- ✓ Aproveitamento integral dos produtos;
- ✓ Pratos do dia;
- ✓ Facilidade na aquisição dos produtos (Produtos locais);
- ✓ Apresentação do cardápio.

### **Modalidades de serviço**

De acordo com *MARQUES (2008)* os tipos de serviço definem-se pela forma como o mesmo se processa e segundo os costumes ou conveniências dos estabelecimentos.

Os estabelecimentos devem executar os serviços de mesa de acordo com o respectivo tipo, qualificação e classificação. Por mais modesto que seja um estabelecimento de restauração e bebidas, deve cumprir sempre um conjunto de regras fundamentais que revelam profissionalismo e contribuem decisivamente para justificar o preço cobrado. Importa por isso conhecer essas regras e praticar um serviço de mesa adequado a cada tipo de estabelecimento.

A execução dos serviços de mesa é caracterizada da seguinte forma: à Russa, à Inglesa directa e indirecta, à Francesa e à Americana. Em cada tipo de serviço são utilizados métodos e certas atenções que possibilita caracterizar cada tipo de serviço, da seguinte forma:

### **Serviço á Inglesa**

- ✓ **Directo** – o empregado, recolhe o serviço na cozinha, verifica se está de acordo com o pedido, transporta-o para a sala, apresenta-o ao cliente pelo lado esquerdo e começa a servir, após aprovação, utilizando o talher de serviço (colher e garfo), que manipula em

jeito de pinça. Tem o cuidado de colocar o alimento principal, ligeiramente sobre o lado direito do cliente. As guarnições e acompanhamentos, sobre o lado oposto, de forma a contrastar as suas cores e criar um aspecto vistoso. Os molhos devem ser sempre apresentados separados e colocados ao lado das iguarias, nunca sobre elas. Os pratos são colocados e retirados pelo lado direito, do cliente, salvo se causar incómodo ao cliente e se torne mais fácil retirar pela esquerda. Nesse caso devemos utilizar a mão esquerda. Este serviço tem a vantagem de ser mais rápido e eficaz. A desvantagem de não poder ser aplicado a todas as iguarias (peixes e omeletas) e necessita de pessoal com maior formação. (necessário 1,5 m2, por pessoa)

- ✓ **Indirecto** – o empregado, apresenta a travessa ao cliente e coloca-a na mesa de apoio (*guéridon*), em seguida recolhe os pratos da mesa de apoio e coloca-os na de serviço, dando início à realização do serviço. O *guéridon* deve ser colocado perto da mesa e num local bem visível, sendo nele colocadas, as travessas os pratos e os alimentos a ser servidos segundo as normas prescritas e de frente para a mesa. O empregado, utilizará o talher de serviço, mas desta vez a colher na mão direita e o garfo na esquerda. Este serviço, tem como vantagem, ser rápido e elegante, assim como, proporcionar uma distribuição equitativa e económica. Com desvantagem, torna-se mais dispendioso, devido à aquisição do *guéridon*. (necessário 1,8 m2, por pessoa)

### Serviço á Francesa

O empregado recolhe o serviço da cozinha, verificando, que está tudo de acordo com o pedido. Em seguida, transporta-o numa travessa, com a mão esquerda, protegido por um pano (lito). Neste tipo de serviço, a iguaria principal, é colocada no centro da mesa e as guarnições, são servidas pelos empregados, pelo lado esquerdo do cliente, com utilização dos talheres de serviço.

O empregado aproxima do cliente a travessa (8 a 10 cm do prato), permitindo, que ele se sirva a seu gosto. O empregado deve manter a posição correcta, pés juntos, um pouco inclinado sobre a mesa, para facilitar o serviço e a mão direita, levemente sobre as costas.

Quando este serviço é para mais de 4 pessoas, o empregado deve apresentar a travessa aos clientes pela esquerda e permitir que eles se sirvam, com o talher de serviço. (necessário 1,5 m<sup>2</sup>, por pessoa).

### **Serviço á Americana**

É o mais fácil de todos os serviços, pois as iguarias são empratadas na cozinha e vão directamente para a mesa. O serviço é feito pelo lado direito do cliente, sendo o prato colocado directamente na frente do cliente. Tem como vantagem, ser um serviço fácil e rápido, possibilitando ao cozinheiro ser criativo, no empratamento. Como desvantagem, no campo profissional, é prejudicial para o empregado de mesa, pois tira toda a perícia necessária a um serviço normal. (necessário 1,2 m<sup>2</sup>, por pessoa)

### **Serviço á Russa**

Pela morosidade, este tipo de serviço, está praticamente abandonado. Deve apenas ser utilizado, em pequenos e requintados banquetes, quando se dispuser de muito pessoal. As peças vêm da cozinha, geralmente inteiras e são apresentadas pelo chefe de turno aos clientes, sendo depois, colocadas no *guéridon* e trinchadas, mantendo o formato primitivo. Após a peça trinchada e reconstituída, é de novo levada ao cliente e serve-se á Francesa ou á Inglesa Directo.

Tem como vantagem, o facto de ser um serviço, particularmente requintado e de permitir dosear as quantidades, de acordo com a vontade do cliente. Como desvantagem, este serviço, não é económico e é muito demorado, necessitando de mais pessoal.

### **Cozinha**

Segundo CASTELLI (2003, p. 385) “A cozinha forma um conjunto ordenado de equipamentos e instalações, perfeitamente integrados para a produção de refeições. A cozinha, como unidade

de produção, exige um estudo detalhado das instalações, dos materiais, da deposição dos locais e dos métodos de trabalho. Uma cozinha bem planejada, com métodos de trabalhos apropriados, torna-se altamente produtiva (...).”

A cozinha é o centro de actividades, é a actividade principal da restauração. É importantíssimo conservá-la em ordem e em condições óptimas de higiene. Para garantir que esta área seja funcional é preciso que haja uma distribuição por zonas, tendo em conta, o estado da matéria-prima que recebe. Os critérios para estabelecê-las serão:

- Determinar os circuitos por onde deve passar a matéria-prima, de acordo com o seu estado;
- Evitar a circulação da matéria-prima nas zonas que coincidem ou interrompem o circuito principal;
- Em relação a distribuição, deve ser realizada tendo em conta as diferentes fases de produção e processamento de alimentos.

A organização e a criatividade desta área são vitais em todo o momento, porque dela dependerão os seguintes aspectos determinantes:

- a) Satisfação dos clientes e o prestígio do estabelecimento;
- b) Capacidade produtiva, materiais diversos e de recursos humanos;
- c) Rentabilidade económica.

Para levar a cabo as suas funções, a cozinha necessita de pessoal especializado, com qualidades profissional que sejam capazes de resolver e elaborar um produto satisfatório ao estabelecimento e desejos da clientela.

Quando se fala em cozinha, entende-se:

- ✓ Local onde se preparem alimentos;

- ✓ Diferentes maneiras de elaborar alimentos (tipicidade nacionais e regionais).

### **Requisitos da brigada da cozinha**

A brigada da cozinha deve primar por alguns requisitos de qualidades como:

- Limpeza - é primordial, simplesmente por que o pessoal da cozinha manipula alimentos que serão consumidos pelos clientes. Higiene não só pessoal quanto dos objectos utilizados.
- Vestuários - os uniformes devem estar em perfeito estado de conservação e limpeza.
- Postura
- Pontualidade - executar os pedidos á tempo certo nem depressa de mais e nem com excesso de demora.
- Responsabilidade - pois um pequeno descuido produz um efeito multiplicador negativo sobre o cliente.
- Organização - ter os equipamentos e utensílios nos lugares adequados.
- Criatividade - reaproveitar matérias prima em bom estado.
- Administração - a brigada da cozinha deve procurar rentabilizar os produtos.
- Vocação.

### **Ficha técnica de produção**

“ A ficha técnica de produção, ou ficha de cozinha, é o instrumento que garante a manutenção de um controlo de qualidade permanente em toda a produção de *F&B*.” (*MOSER, 2002, p.115*)

É um documento interno elaborado individualmente para cada prato confeccionado e pode ser considerado um dos mais importantes documentos para o restaurante.

É através dela que se regista todo o processo de elaboração dos pratos, bem como das matérias-primas utilizadas, suas quantidades e seu valor total de produção.

Estas fichas são fundamentais para o cálculo do preço de venda e para a avaliação dos *menus*. As fichas técnicas assumem duas funções básicas:

- ❖ Administrativa - aquela que possibilita o cálculo do custo dos pratos.
- ❖ Operacional - receitas com fotos, possibilitando o padrão nos preparos.

Assim sendo, aquando da rotação de colaboradores, evita-se a alteração dos pratos. Igualmente serve de suporte aos novos colaboradores, fazendo com que a qualidade dos pratos/produtos se mantenha.

Sua importância não se resume a ser apenas a anotação de uma simples receita, pois elas trazem detalhes sobre as características de cada ingrediente, a quantidade, o modo de preparo, informações financeiras, entre outros dados relevantes para o gestor.

Existem diversos modelos e tipo de fichas técnicas, no entanto, o gestor, juntamente com a equipa de cozinha, deve ceder pelo que mais se adequa ao seu restaurante e as suas divisões internas.

### **Higiene e Segurança na cozinha**

A higiene deve estar presente em todos os ambientes do hotel. A área de produção de alimentos requer cuidados muito especiais pelo fato de se estar interferindo directamente na saúde das pessoas. Uma comida pode ter uma excelente aparência, um excelente aroma e sabor e nem por isso ser uma alimentação sadia.

A segurança alimentar depende em grande parte do nível de higiene individual de todos os que trabalham no estabelecimento, empregadores e empregados, especialmente daqueles que manuseiam alimentos-manipuladores de alimentos.

Então, qual a necessidade de implementar um código de boas práticas?

**Código de boas práticas** – Conjunto de boas práticas de modo a não comprometer a segurança ou inocuidade dos alimentos.

A maioria das intoxicações alimentares tem a sua origem em superfícies, utensílios de cozinha e mãos contaminadas e na contaminação cruzada, em particular de alimentos já cozinhados e prontos para consumo com alimentos crus.

As pessoas, que de alguma forma contactam com os alimentos nas diversas fases da sua produção, são portadoras de microrganismos que podem contaminar os alimentos e provocar doenças a quem os consome. Os microrganismos estão presentes, vivem e desenvolvem-se em diversas partes do corpo (cabelo, nariz, boca, garganta, intestinos, pele, mãos e unhas) e mesmo que a pessoa apresente um estado de saúde normal, sem sintomas de qualquer doença, existem sempre no seu corpo microrganismos que se forem ingeridos podem provocar doenças.

Os manipuladores de alimentos devem ter conhecimentos sobre higiene, técnicas, temperatura e tempos, atinentes à transformação de matérias-primas em alimentos comestíveis, pois é uma forma de proteger a sua saúde e a dos consumidores. Assim como os comportamentos adoptados durante a manipulação, pois são um dos principais veículos de contaminação dos alimentos.

Uma boa higiene e um comportamento adequado evitam a contaminação dos alimentos a nível biológico (ex: microrganismos), químico (ex: detergentes), e físico (ex: cabelos).

Um código, de boas práticas, bem implementado evita a ocorrência dos riscos associados à produção e confecção de produtos alimentares. Esse código deverá ser adoptado por todas as pessoas que se encontram na unidade, principalmente pelos manipuladores de alimentos.



As mãos como fonte de contaminação que são devem ser lavadas e desinfectadas várias vezes ao dia, conforme os procedimentos de higienização estabelecidos, removendo assim a sujeira, resíduos de alimentos, poeira, gordura ou outro material indesejável das mãos e as unhas curtas, limpas e sem verniz.

A segurança alimentar tem vindo a preocupar cada vez mais a opinião pública tanto a nível de dirigentes como dos próprios consumidores.

A OMS-Organização Mundial da Saúde fez algumas recomendações com o intuito de minimizar as contaminações alimentares. São elas:

1. Escolher os alimentos tratados de forma higiénica;
2. Cozinhar bem os alimentos;
3. Consumir imediatamente os alimentos cozidos;
4. Armazenar cuidadosamente os alimentos cozidos;
5. Reaquecer bem os alimentos cozidos;
6. Evitar o contacto entre alimentos crus e cozidos;
7. Lavar as mãos constantemente;
8. Manter escrupulosamente limpa todas as superfícies da cozinha;
9. Manter os alimentos fora do alcance de insectos, roedores e outros animais;
10. Utilizar água pura.

**HACCP** - Análise de Perigos e Controle de Pontos Críticos.

Segundo *PINTO NEVES (2010)* é um sistema de segurança alimentar concebido para prevenir a ocorrência de potenciais problemas durante operações com alimentos. Isto é conseguido

através da avaliação dos perigos inerentes atribuídos ao produto ou ao processo seguida da determinação dos passos necessários para o controlo dos perigos identificados.

O sistema HACCP foi inicialmente concebido pela NASA com o intuito de garantir a qualidade e higiene alimentar da alimentação embarcada nas naves do programa Apolo, tendo sido posteriormente desenvolvida e adoptada pela FDA (“Food and Drugs Administration”) americana como sistema de segurança alimentar geral.

No essencial, o HACCP é um sistema de identificação e monitorização de perigos alimentares específicos, biológicos (bactérias, fungos, vírus e parasitas), químicos (toxinas bacterianas e mico toxinas) ou físicos (areias, vidro, fragmentos metálicos e das embalagens utilizadas), que podem afectar negativamente a segurança dos produtos alimentares.

## **7 Princípios do HACCP**

- 1º Conduzir uma Análise de Perigos;
- 2º Determinar os Pontos Críticos de Controlo (PCC);
- 3º Estabelecer os Limites Críticos;
- 4º Estabelecer um Sistema de Monitorização para cada PCC;
- 5º Estabelecer as Acções Correctivas quando um PCC não está sob controlo;
- 6º Estabelecer Procedimentos de Verificação do Sistema HACCP;
- 7º Estabelecer um Sistema Documental de Procedimentos e Registos.

## **Normas HACCP- sua aplicação prática**

A segurança alimentar tem vindo a preocupar cada vez mais a opinião pública, tanto a nível dos nossos dirigentes como dos próprios consumidores. A legislação comunitária recomenda a

aplicação da metodologia baseada nos princípios de HACCP, por parte dos operadores do sector alimentar, de forma a assegurar a colocação de alimentos sãos e seguros no mercado.

O Sistema HACCP pretende controlar os processos de produção, baseando-se em princípios e conceitos preventivos. Pretende-se aplicar as medidas preventivas de forma a garantir um controlo eficiente, através da identificação de pontos ou etapas onde os perigos possam ser controlados, os de natureza química, física e os de natureza biológica - microbiológica.

O Sistema HACCP possui uma base científica e assenta numa abordagem sistemática que permite não só garantir a inocuidade do alimento, mas também a redução de custos operacionais, diminuindo a necessidade de realização de análises microbiológicas e a destruição ou o reprocessamento, por razões de segurança, do produto final.

A implementação do sistema HACCP facilita o cumprimento das exigências legais e permite o uso mais eficiente dos recursos na resposta imediata a questões relacionadas com a inocuidade dos alimentos. O sistema HACCP pode e deve ser aplicado a todas as etapas de processamento e desenvolvimento de alimentos, desde a produção primária até ao consumidor final.

### **Produtos Sobrantes**

Segundo *MONTEIRO (2008,pag.57)*os produtos sobrantes classificam em três tipos distintos: sobras, restos e detritos. As sobras são alimentos confeccionados em excesso para determinadas quantidades ou porções e após o fornecimento destas. Em geral não se encontram contaminadas ou estão livres do desenvolvimento bacteriológico. As sobras quando não contaminadas por poluentes, se não saíram do local de confecção, poderão ser consumidas posteriormente, e até 48horas após confecção se forem convenientemente acondicionados no frio.

Os restos são alimentos confeccionados e distribuídos, os quais, não foram consumidos, na totalidade, pelas pessoas. Encontram-se contaminados bacteriologicamente por quem os consumiu parcialmente. Os restos nunca devem ser reutilizados na alimentação humana, sob risco de propagação de doenças infecto-contagiosas.

Os detritos são produtos resultantes da preparação de alimentos e considerados impróprios na alimentação humana.

### **Técnicas de refrigeração e congelação**

De acordo com *Vítor Monteiro (2008, p. 97)* convencionou-se chamar conservação de alimentos perecíveis por refrigeração ao processo que envolve a utilização de temperaturas próximas de 0 °C, tendo como principal finalidade eliminar ou retardar a acção dos agentes tais como: enzimas, microrganismos, bactérias, fermentos e fungos.

Em conservação os produtos alimentares podem ser agrupados em duas categorias gerais:

- a) Aqueles que ficam vivos durante o período de armazenagem refrigerada, tais como, frutas, vegetais, etc.
- b) Aqueles que não ficam vivos, como o peixe, a carne, aves, mariscos, etc.

### **Definições:**

- ❖ **Refrigerar** é um processo de conservação de alimentos num frigorífico, por tempo limitado, em temperaturas compreendidas entre +1° C e +7° C.
- ❖ **Gelar** é um processo que ocorre entre – 4° C e + 2° C, quando os líquidos existentes nos alimentos solidifiquem lentamente, formando grandes cristais que rompem as paredes celulares, modificando a aparência, textura e qualidade dos alimentos. É conhecido como o período crítico e perigoso para os alimentos, não oferecendo quaisquer garantias para a sua conservação.
- ❖ **Congelar** é um processo no qual as temperaturas dos alimentos baixam muito rapidamente fazendo com que a água existente nos produtos congele em pequenos cristais, de forma a não danificar os alimentos. As temperaturas de serviço deverão ser

sempre abaixo dos  $-2^{\circ}\text{C}$ , sendo necessárias duas a 4 horas para que o núcleo do alimento atinja aquela temperatura. A partir daqui, cessam as acções enzimáticas e bacterianas.

Pode então dizer-se, que o alimento *dorme* ou *estacione* enquanto está congelado e acorde com a descongelação, voltando a ser quase igual ao que era antes. Por isso, deve-se congelar sempre produtos de 1ª qualidade.

O objectivo fundamental da congelação aumentar o tempo de conservação dos produtos, isto é, alargar o período em que é possível ter os produtos comestíveis.

### **Regras fundamentais de congelação**

- 1) Use sempre alimentos frescos e de 1ª qualidade.
- 2) Evite ou reduza a quantidade de gordura. Beneficia a saúde e melhora a congelação.
- 3) Refrigere todos os alimentos antes de congelar.
- 4) Congele com o mínimo de ar possível dentro da embalagem.
- 5) Utilize formas de alumínio para congelar líquidos ou pratos prontos, pois podem ir à mesa ou ao forno sem problemas.
- 6) Nos pratos confeccionados a congelar, reduza ao mínimo os temperos e condimentos. Acerte estes depois de descongelar pois, regra geral, acentuam o sabor com a congelação e alguns mudam de gosto.
- 7) A validade dos pratos confeccionados é de 3 meses.

### **Vantagens económicas e sociais da congelação**

- Vai-se menos vezes ao mercado, talho ou supermercado, economizando tempo e combustível
- Congelando os alimentos, congelam-se os preços
- Armazenando produtos da época em maior quantidade, evitam-se os períodos de escassez e a alta dos preços das entressafras
- Permite maior disponibilidade e variedade de ementas a custos mais reduzidos.

### **Economato**

“Os serviços de economato são, no funcionamento de uma unidade hoteleira, uma secção de muita responsabilidade, dado que uma boa gestão se baseia no controlo e compreensão das despesas, para um maior aproveitamento das receitas.” (MARQUES, 2006, p. 231)

O economato é a secção responsável no que diz respeito a alimentos e mercadorias, desde a sua compra até à distribuição pelas diferentes secções requisitantes, assegurando sempre uma boa conservação dos produtos armazenados.

É da responsabilidade do economato a compra de artigos alimentares de primeira qualidade, pois um produto inferior, mesmo que com um preço mais baixo, não permite nem garante um produto final de qualidade.

#### *Resumo do papel da ecónoma:*

- ✓ Armazenar, conservar, controlar e fornecer às secções as mercadorias e artigos necessários ao seu funcionamento;
- ✓ Proceder à recepção dos artigos e verificar a sua concordância com as respectivas encomendas;
- ✓ Organizar e manter actualizados os ficheiros de mercadorias à sua guarda, pelos quais é responsável;

- ✓ Estabelecer as necessidades de bens e equipamentos de acordo com os pedidos das diferentes áreas do hotel;
- ✓ Realizar inventários periódicos;
- ✓ Manter a limpeza e boa ordem de todas as instalações do economato.

## 2.3 Tarefas Práticas Realizadas

Para o desenvolvimento do estágio, foi executado diariamente exactamente as funções dos colaboradores do departamento, porém respeitando limitações ocasionais pela falta de experiência e técnicas de operação. Várias tarefas foram realizadas e aperfeiçoadas:

### 2.3.1 Cozinha

**Tarefa 1-** Preparação do pequeno - almoço - juntamente com a pessoa responsável pelo pequeno-almoço fazia-se a preparação das panquecas, dos ovos estrelados e mexidos, das fatias douradas, do bacon e salsichas fritas.

**Tarefa 2-** *Mise-en-place* para o almoço - consistia em descascar legumes e verduras, fazer a lavagem dos produtos para se fazer as saladas e ajudar na preparação do menu do dia.

**Tarefa 3-** Preparação do pequeno-almoço do pessoal- para o pessoal que pegava às 7h e às 8h o pequeno - almoço era servido às 10h.

**Tarefa 4-** Empratamento dos pratos - conforme os pedidos ajudava o pessoal a empratar os pratos com as diferentes saladas e ajudava nos pedidos das sobremesas e no que fosse necessário.

### 2.3.2 Restaurante

**Tarefa 1-** Aquisição da lista dos hóspedes na recepção para o controlo de quantas pessoas há em casa para o pequeno - almoço.

**Tarefa 2-** Terminar a *mise-en-place* do pequeno-almoço - depois do jantar o pessoal preparava a *mise-en-place* do pequeno-almoço mas as vezes não terminava por falta de algum utensílio então era preciso completar no dia seguinte. A *mise-en-place* consistia em uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa á esquerda e uma colher de sobremesa, uma colher pequena para o café á frente, guardanapos e açúcar em pacotes.

**Tarefa 3-** Preparar a mesa de buffet de pequeno - almoço- a preparação consistia em limpar as mesas, colocar toalhas limpas, depois colocar as máquinas com café, água quente, leite, sumos e todos os outros alimentos, também colocar chávenas, copos e pratos na bancada.

**Tarefa 4-** Controlar a mesa de *buffet* - a medida que os hóspedes vão chegando e tomando o pequeno-almoço é preciso repor os alimentos para que não haja ruptura.

**Tarefa 5-** Preparar a *mise-en-place* para o almoço e jantar - consistia em colocar uma faca de carne á direita, um garfo de carne á esquerda, um prato de pão com uma faca de manteiga á esquerda com um copo de água e de vinho á direita e um guardanapo de fazenda no meio.

**Tarefa 6-** Escolher a ementa para o Buffet- juntamente com a Assistente de F&B fazia-se a escolha dos pratos que iam fazer parte da ementa. Era preciso ter em conta dois pratos de carne (branca e vermelha), dois pratos de peixe, um prato de massa, guarnições, entradas e sobremesas.

**Tarefa 7-** Atender os clientes -apresentava o menu, o cliente escolhia o prato que desejava, anotava-se o pedido nas comandas. Estas têm 3 vias, uma é entregue na cozinha, outra vai para o caixa e a outra fica na comanda.

**Tarefa 8-** Servir os clientes - o prato escolhido na carta vinha logo empratado com as iguarias da cozinha, servia-se o cliente pelo lado direito.



**Tarefa 9-** Efectuar requisições para o bar, restaurante e snack- bar- era preciso preencher um documento para se fazer as devidas requisições do que fazia falta e entregar ao economato.

### 2.3.3 Bar

**Tarefa 1-** Contagem diária das bebidas - consistia em fazer a contagem de todas as bebidas do bar e restaurante para se poder fazer a comparação com as quantidades vendidas do dia anterior e a soma deve dar igual a existência inicial.

**Tarefa 2-** Servir bebidas como cafés, imperiais e caipirinhas.

### 2.3.4 Economato

**Tarefa 1-** Fornecimento das requisições - Todos os dias ao chegar ao hotel era preciso dar as requisições feitas pelas respectivas secções e assinalar as que foram dadas.

**Tarefa 2-** Conferência das comandas - todos os dias fazia-se a conferência das comandas baseando no relatório de vendas do restaurante, bar e snack – bar conferindo se todos os pratos foram lançados.

**Tarefa 3-** Compras - todas as quintas feiras juntamente com a ecónoma ia-se para a cidade fazer compras. Os primeiros produtos a serem comprados eram os produtos como peixes, carnes, frutas, legumes e ovos e regressar ao hotel isto porque o hotel não tem um veículo apropriado para estes produtos. Depois regressar de novo a cidade para se fazer as restantes compras. Antes de se regressar ao hotel conferia-se se os produtos estavam todos em ordem.

**Tarefa 4-** Armazenagem dos produtos - feito a conferência das facturas passava-se a fase da armazenagem. Os produtos eram armazenados conforme o género e respeitando a ordem FIFO (First in First out).

### 2.3.5 Gestão de recursos humanos

**Tarefa 1-** Elaboração do horário de trabalho - levando em conta que o trabalhador tinha que dar 7h30 de trabalho por dia e havia um dia que dava 6h30 e um dia de folga fez-se o horário. Tinha que levar em conta também o número de funcionários, os serviços oferecidos e as épocas alta e baixam, fazendo o equilíbrio entre eles.

### 2.3.6 Planeamento e gestão de eventos

**Tarefa 1-** Apresentar uma proposta de Menu para o almoço ao dia do trabalhador - fez-se um Menu para um buffet ou self-service com entradas, pratos de peixe, pratos de carne, massa, acompanhamento e sobremesas.

### 2.3.7 Política comercial/Marketing

**Tarefa 1-** Planeamento do dia de São Valentim – Começou-se por criar uma folha com um *design* alusivo a ocasião, procurando conjugar tons e imagens apelativos onde constava:

A Ementa do jantar, a informação da restante oferta incluída e o preço.

Ao chegarem ao restaurante, os clientes eram recebidos com uma rosa para as senhoras e um cocktail de boas vindas. Em seguida os clientes eram acompanhados a mesa, decorada e iluminada com velas. O serviço foi acompanhado de champanhe e a música tocada pelo grupo contratado, foi seleccionada de acordo com a ocasião. O preço era único e a divulgação foi feita pela net a base de dados de clientes habituais tendo sido também, passados alguns spots na rádio.

## **PARTE III – APRECIÇÃO CRÍTICA**

### **3.1 Áreas de Identificação com o Curso**

O estágio realizado na área de *F&B* teve todo o suporte teórico nas cadeiras leccionadas durante todo o curso. A base teórica desempenha um papel de extrema importância na realização de um estágio. De entre as cadeiras leccionadas, destacam-se as que mais contribuíram para um bom desempenho do estágio no departamento de F&B: Gestão de Alimentos e Bebidas, Inglês, Francês, Gestão de Unidades Hoteleiras, Gestão da Qualidade, Marketing Hoteleiro, Gestão Comercial, Gestão de Recursos Humanos e Nutrição e Higiene Alimentar.

### **3.2 Análise Crítica ao Departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca**

No departamento de F&B no Resort Hotel Foya Branca há aspectos positivos que deverão ser mantidos mas também há aspectos negativos que deverão ser eliminados. Os negativos merecem uma atenção especial por parte da gerência:

#### Aspectos Positivos

O Resort Hotel Foya Branca é um estabelecimento, bem estruturado com ótimas instalações e bom espaço em todas áreas, o que permite uma boa circulação do pessoal e maior rapidez na execução dos serviços. Como por ex. a cozinha próxima do restaurante evitando pisos entre eles.

O hotel faz uso de eficientes sistemas de gestão / controlo, as fichas de controlo, de modo a evitar desperdícios. A chefe de cozinha embora contenha pouca formação, possui qualidades e competências que talvez um formado não tenha, pois assume um papel de gestor de produção visto que tem um papel determinante no controlo dos custos da área de produção focando principalmente nos desperdícios, no reaproveitamento e na racionalização dos custos.

No que diz respeito a compras a ecónoma procura ao máximo eliminar desperdícios, ou seja, procura não comprar mercadorias em demasia, foca na qualidade dos produtos, no prazo de validade, na compra de mercadorias que têm saída, faz um levantamento de preços antes do acto da compra e efectua um armazenamento adequado.

Diferenciação dos serviços, sendo o único Resort disponível na ilha de São Vicente e situado fora da cidade procura diversificar os serviços com o intuito de captar clientes nacionais e obviamente maximizar os lucros. Gerindo eficazmente os recursos de que dispõem, oferece por exemplo pacotes de fim-de-semana, rodízio aos sábados a noitee buffet self-service no domingo incluindo piscina.

### Negativos

Formação deficiente - No restaurante/bar, o pessoal que interage directamente com os clientes, notou-se uma grande deficiência em línguas estrangeiras.

Falta de um chefe de compras - O hotel não possui um chefe de compras, e quem realizava este trabalho é a própria ecónoma acarretando muito trabalho.

Uniforme - Pôde-se verificar que o pessoal da cozinha nem sempre usava sapatos apropriados como protecção no caso de cair algo. A brigada do restaurante também, nem sempre, utilizava o mesmo uniforme. Por vezes os funcionários utilizavam uniformes diferentes uns dos outros.

Menu- Na opinião da estagiária, sendo que a hotel situa-se em São Vicente Cabo verde e não oferece no seu menu nenhum prato típico da região representa um aspecto negativo.

Transporte - O hotel faz uso de um único transporte para todas as compras, o que pode levar a contaminação de alimentos diversos, todos misturados. E também o transporte de pessoal é feito juntamente com clientes, o que provoca transtornos várias vezes porque o pessoal entra logo primeiro e os clientes já não encontram assentos. A situação é constrangedora, clientes em pé e pessoal de serviço sentados.

### 3.3 Dificuldades Encontradas

De uma forma geral pode-se dizer que o estágio correu bem, mas contudo, pode-se destacar uma ou outra dificuldade encontrada no decorrer do mesmo. Dificuldade por exemplo em ter acesso a documentos de gestão, softwares, enfim informações necessárias para complemento do plano de estágio.

O horário devido às aulas era único, ou seja, fazia-se o mesmo turno o que impedia de acompanhar as tarefas realizadas nos outros turnos relativos ao departamento.

### 3.4 Recomendações / Sugestões

Referentes aos aspectos negativos citados na análise crítica.

A estagiária sugere que o hotel dê formação ao seu pessoal. No caso de o estabelecimento pretender oferecer um serviço de excelência há que apostar mais na formação dos seus funcionários.

Adquirir um chefe de compras evitando assim a desorganização e proporcionar uma maior eficiência de tarefas.

O pessoal da cozinha deveria usar sapatos apropriados, antiderrapantes e fechados servindo como protecção no caso de cair algo, mas nem sempre acontece. Mas, isso é dever da chefe de cozinha, cabe a ela impor as regras e fazê-las serem cumpridas. A brigada do restaurante deveria usar todos uniformes iguais transmitindo assim uma boa apresentação e imagem do hotel.

Variar o menu incluindo pratos típicos cabo-verdianos como forma de valorizar a cultura cabo-verdiana e proporcionar aos seus clientes a oportunidade de degustar pratos novos e diferentes dos que já estão acostumados.

Em caso de veículo adequado, eliminava-se o facto de comprar peixe e outros alimentos que necessitam de frio ir ao hotel deixar a mercadoria e voltar a cidade para outro tipo de

compras. E segundo afirma a INDP há peixes que a partir do momento que saem do mar começam a se deteriorar por ex: o dourado. O transporte de pessoal deveria ser feito separadamente dos clientes, evitando assim o descontentamento dos clientes.

Pode-se eventualmente apontar outras recomendações/sugestões:

Apostar mais, interagir mais com os estagiários permitindo-os uma execução maior dos serviços.

A Assistente de direcção do F&B deveria fazer uso da sua autoridade de uma forma mais profissional perante aos seus colaboradores e clientes. Por ex: fazer uma chamada de atenção a algum colaborador em particular. Na presença de clientes ter atenção na forma como lidar com certas situações. Promover o espírito de equipa entre os seus colaboradores e não colaborar para que haja um ambiente de conflito entre eles.

Fazer estágio numa época em que não haja aulas para poder variar os turnos e acompanhar o estágio melhor, bem como participar em todos os serviços oferecidos pelo hotel.

### **3.5 Competências Adquiridas**

Durante o decorrer do estágio, pode-se afirmar que as competências adquiridas foram de acordo com os objectivos traçados, porém em algumas áreas podia-se aprofundar mais os conhecimentos. Não obstante disso a estagiária sai com um leque de conhecimento razoável que a possibilitou desempenhar algumas actividades inerentes ao departamento como também ter capacidade para enfrentar o mercado de trabalho competitivo.

Foi possível adquirir uma vasta visão particularizada das respectivas áreas, bem como o conhecimento das práticas operacionais do departamento.

- Compreender os mecanismos inerentes ao processo de compra, recepção, armazenagem e expedição de mercadorias, gestão e controlo;

- Caracterizar e conhecer as partes que compõem as áreas de estágio ao nível dos componentes estruturais e funcionais dos elementos integrantes;
- Executar, planear e controlar as práticas operacionais, essenciais ao funcionamento das referidas secções;
- Gerir e controlar os recursos humanos e materiais em função das necessidades de serviço e de objectivos definidos;
- Elaborar requisições de compras, fichas técnicas de produção e inventários;
- Avaliar a rentabilidade dos pratos constantes das ementas do F&B.

## CONCLUSÃO

Actualmente as empresas hoteleiras estão diversificando cada vez mais os seus bens e serviços para não ficarem mais a mercê de um único mercado. Com estas iniciativas podem aumentar a sua produtividade e até aumentar o seu lucro.

Dentro de um hotel o departamento de F&B é sem dúvida de grande relevância, dada a sua sensibilidade à interferência e dependência das áreas que a integram. E, além disso, é um dos departamentos mais complexos, desde a sua estrutura física e organizacional e também é o que mais tem contacto com o cliente/hóspede, sendo assim responsável pela permanência, retorno e conquista de novos clientes.

Concluiu-se que as práticas operacionais realizadas no departamento de F&B do Resort Hotel Foya Branca não fogem muito a regra da teoria, contudo, há aspectos negativos já mencionados no trabalho que necessitam de ser eliminados.

O presente trabalho tinha como objectivo geral capacitar o formando para uma melhor integração e adaptação a qualquer ambiente similar, permitindo-lhe relacionar os conteúdos teóricos ministrados ao longo do curso em função da realidade profissional. Pode-se dizer que tanto este, como os objectivos específicos foram atingidos, sendo que os específicos eram reconhecer a complexidade e funcionalidade do departamento bem como as partes que o compõem, identificar a estrutura orgânica do departamento tendo em atenção a função e a importância do staff de cada secção a nível da qualidade do produto final, planear diferentes tipos de serviços em função das solicitações da procura, observar e ser capaz de gerir os recursos humanos e materiais em função das necessidades impostas pelo serviço numa óptica constante da qualidade e redução de custos e empregar os conhecimentos teóricos nas diferentes áreas do departamento durante a realização do estágio.

O período de estágio realizado constituiu uma ocasião de pôr em prática parte dos conhecimentos adquiridos durante a formação em Gestão Hotelaria e Turismo, através do exercício concreto das actividades inerentes ao departamento de F&B.



O estágio permitiu um primeiro contacto com o mercado de trabalho, deparando com as reais dificuldades na efectivação dos procedimentos, e no final permite analisar o grau de preparação para começar uma nova etapa da vida, que é o mundo laboral.

Em relação ao processo de integração e acolhimento foi rápido visto que alguns dos colaboradores da empresa disponibilizaram-se logo a ajudar no que fosse possível, outros nem por isso. Via-se claramente que alguns colaboradores não se mostravam interessados em ajudar, pois tinham a mentalidade de os estagiários estarem a fazer um Curso Superior em Gestão Hoteleira e Turismo poderiam provavelmente um dia vir a ser o chefe deles por exemplo. E isso afectou um pouco o que é compreensível pois parte deles nem formação possuem.

Pode-se concluir que este período foi, evidentemente, uma mais-valia, quer a nível profissional quer a nível pessoal. A experiência adquirida no hotel foi enriquecedora, por ser uma excelente forma de complemento à formação académica dada pela universidade e uma excelente porta de entrada para a vida profissional.

## BIBLIOGRAFIA

- **BILHIM**, J. Abreu de Faria (2009) Gestão Estratégica de Recursos Humanos. 4ª Edição. Lisboa: Dislivro, Lda. ISBN: 978-989-646-023-5
- **CASTELLI**, Geraldo (2003) Administração Hoteleira. 9ª Edição. Brasil: EDUCS - Editora da Universidade de Caixa do Sul
- **CHIAVENATO**, Idalberto (2005) Administração de Vendas. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, Lda. ISBN: 85-352-1631-6
- **COSTA**, Rodrigues (2008) Introdução à Gestão Hoteleira. Lidel - edições técnicas, Lda.
- **CRACKNELL**, H. L. Kaufmann (1996) - G. Nobis Manual Prático do Serviço de Restaurante. 4ª Edição, Edições CETOP
- **CUNHA**, Licínio (2006) Economia e Política do Turismo. Editorial verbo. ISBN: 972-22-2602-9100116
- **DIAS**, Reinaldo (2008) Introdução ao turismo. 1ª Edição. Editora Atlas - São Paulo. ISBN
- **JANEIRO**, J. António (1997) Guia Técnico de Hotelaria - A Arte e a Ciência dos Modernos Serviços de Restaurante. 3ª Edição, Edições CETOP
- **MARQUES**, J. Albano (2006); Introdução à Hotelaria. Editora Civilização.
- **MARQUES**, J. Albano (2008); Manual do Restaurante e do Bar; Editora Civilização.
- **MONTEIRO**, Victor (2008) Técnicas e Equipamentos de Hotelaria - Higiene, Segurança. Conservação e Congelação de Alimentos. Lidel - edições técnicas, Lda. ISBN: 978-972-757-505-3

- **MOSER**, Francisco (2002) Manual de Gestão de Alimentos e Bebidas. Edições CETOP - Centro de Ensino Técnico Profissional à Distância
- **NEVES**, José Pinto (2010); HACCP, Análise de riscos no processamento alimentar; Editora Publindústria.
- **OÑATE**, Fernando Muñoz, **MOYA**, Beatriz Rodrigo Dirección de Operaciones en Alojamiento y Restauración. Editorial Universitat Internacional, S.L. ISBN: 84-933377-0-6
- **PIRES**, Aníbal (2002) Marketing - Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão. 3ª Edição. Editorial Verbo. ISBN: 972-22-1443-8-120403
- **RÊGO**, João (2007) Manual Comercial do Resort Hotel Foya Branca
- **RIBEIRO**, José (2011) Introdução à Gestão da Restauração. Editora Lidel
- **SOUSA**, Maria José - **DUARTE**, Teresa - **SANTOS**, Pedro (2006) Gestão de Recursos Humanos. 2ª Edição. Lisboa: Editora Lidel
- **SOUSA**, Renato (1997) A Hotelaria. Lidel - Edições Técnicas, Lda. ISBN: 972-9018-90-1

**Internet:**

- Silva, Cláudia (2007) Código de boas práticas. Portal de saúde pública. [http://www.saudepublica.web.pt/TrabClaudia/HigieneAlimentar\\_BoasPraticas/HigieneAlimentar\\_CodigoBoasPraticas\\_Anexo1Higiene.htm](http://www.saudepublica.web.pt/TrabClaudia/HigieneAlimentar_BoasPraticas/HigieneAlimentar_CodigoBoasPraticas_Anexo1Higiene.htm) (2014-06-03) 16:44
- Wikipedia: Definições de Turismo, OMT. [http://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo#Evolu.C3.A7.C3.A3o\\_Hist.C3.B3rica](http://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo#Evolu.C3.A7.C3.A3o_Hist.C3.B3rica) (2014-06-28) 09:15
- <http://www.foyabranca.com> (2014-05-15) 15:25



Anexo 2- Ficha de controlo diário das bebidas do Snack Bar/Restaurante

<b>Data:</b>	____ / ____ / ____					<b>Secção</b>
Produto	S. Fixo	Inventário	Venda	Requisição	Existência	

**Fonte: Elaboração própria**

Anexo 3- Ficha Técnica de Pratos

<b><u>FICHA DE COZINHA</u></b>  <b>PRATO:</b>  <b>APLICAÇÃO:</b> Restaurante  <b>Nº DE DOSES:</b> 01  <b>PREÇO DE VENDA:</b>  <b>LIQUIDO DOSE:</b>			<b>FOTOGRAFIA</b>	
<b>QUANT.</b>	<b>PESO</b>	<b>PRODUTOS</b>		
<b>CUSTO TOTAL:</b>  <b>CUSTO DOSE:</b>  <b>RÁCIO%:</b>				
<b><u>PREPARAÇÃO:</u></b>  				
<b><u>FORMA DE SERVIR:</u></b>  				

Fonte: Elaboração própria

Anexo 4- Pesagem de pão

PESAGEM DE PÃES				
INGREDIENTES	CARCASSAS	TRANÇAS	DOÇE/CÔCO	CHOURIÇO
AÇUCAR				
BANHO				
CHOURICO				
CÔCO				
FARINHA				
FARINHA INTERGRAL				
FERMENTO				
LEITE EM PÔ				
MELHORANTE				
ÓLEO				
OVOS				
SAL				

Fonte: Fornecido pelo hotel

Anexo 5- Ficha de pequeno-almoço

<b>Pequeno-almoço COZINHA</b>
-------------------------------

PRODUTO	QUANTIDADE
AÇUCAR	
BACON	
CANELA	
FARINHA TRIGO	
FIAMBRE	
LEITE EM PÓ	
MARGARINA	
ÓLEO	
OVOS	
PÃO FORMA	
QUEIJO EDAM	
SALSICHA	
SUMO FOSTER	
MORTADELA	
KIWI	
LARANJA	
MAÇÃ	
MELÃO	
PAPAIA	
PÊRA	
UVA	

DATA: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Responsável

**Fonte: Fornecido pelo hotel**